

TRABAJO FIN DE GRADO PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL DESPACHO SORIANO ABOGADO

Grado de Publicidad y Relaciones Públicas



23 DE JUNIO DE 2017
UNIVERSITAT JAUME I
Modalidad C. Elaboración de un proyecto completo de comunicación
Gina Gómez Herrero
Natalia Soriano Manero
Tutora: Estela Bernad Monferrer

ÍNDICE

BLOQUE I: Presentación del Trabajo Final de Grado	2
1. Resumen.....	2
2. Palabras clave / Keywords	4
3. Introducción y justificación del tema	4
4. Objetivos del trabajo fin de grado.....	6
5. Datos biográficos y entrevista al anunciante	7
BLOQUE II: Análisis del despacho <i>Soriano Abogado</i> y Diagnóstico	14
1. Análisis	14
1.1. Historia	14
1.2. Filosofía	14
1.3. Servicio	15
1.4. Consumidor actual.....	16
1.5. PESTEL	16
1.6. DAFO.....	32
1.7. Competencia y posicionamiento.....	33
1.8. Mapa de públicos actual	40
2. Diagnóstico.....	41
BLOQUE III: Plan de Comunicación Estratégico	42
1. Objetivos de marketing, comunicación y publicidad	42
2. Target estratégico	43
3. Estrategia.....	44
4. Eje y concepto estratégico	44
5. Fases estratégicas y acciones	45
6. Timing	54
7. Presupuesto	57
BLOQUE IV: Conclusiones y Referencias.....	59
1. Conclusiones	59
2. Web gráfica.....	62
3. Bibliografía	66
4. Anexos	67

BLOQUE I: Presentación del Trabajo Final de Grado

1. Resumen

El objetivo de este proyecto es demostrar que se puede realizar una gran campaña de comunicación sobre un despacho de abogados a pesar de implicar seriedad, protocolo y respeto utilizando la creatividad y las nuevas tecnologías para lograr una estrategia clara de diferenciación. Ya son muchos los despachos que apuestan por posicionarse y comunicar sus servicios desde que se abolió la ley que vedaba la publicidad en la abogacía, pero por otra parte existen otros como *Soriano Abogado* que se encuentran estancados al no aplicar una estrategia de comunicación que diferencie su ventaja competitiva del resto.

En primer lugar, se analizó la Ley que regula la Publicidad sobre la práctica de la abogacía para averiguar por qué existen aún despachos sin hacer publicidad en este sector. Además, se analizaron los factores que influyen en el entorno del despacho *Soriano Abogado* y se detectó que su principal problema de comunicación es la falta de posicionamiento, para solucionarlo se diagnosticó que contaba con tres valores que le hacían diferente del resto, la seguridad, confianza y experiencia en temas de abogacía penal debido a su largo recorrido como policía local.

En segundo lugar, se decidió ampliar su público a las empresas conseguir clientes con más recursos económicos que realizaran un pago justo por sus servicios. Tras esto, se investigaron estas entidades y se encontró un comportamiento común en ellas, pues prefieren tomar las precauciones necesarias para evitar una situación desagradable o indeseable antes que vivirla. Dichas empresas, la mayor parte de las veces, no pueden aplicar estas medidas debido a la desinformación que existe acerca de lo que es delito o no ya que son temas complicados para personas que no entienden de abogacía. Es por ello, que esas personas necesitan de un profesional cualificado como Ramón Soriano, con experiencia en el sector, que les transmita seguridad y les pueda informar y ayudar de la manera más óptima.

Para llegar a este target estratégico se plantearon tres fases con acciones las cuales giran en torno al eje “la seguridad de la experiencia” y se materializan en el concepto “Agente con toga”. La primera fase se realizó con la finalidad de posicionar a *Soriano Abogado*, la segunda para prevenir dichas situaciones desagradables y el objetivo de la

última era fidelizar a los clientes manteniendo una Responsabilidad Social Corporativa.

Para finalizar, con el plan de comunicación realizado se pretende conseguir que Ramón Soriano cabalgue esa ola perfecta con la que tanto ha soñado.

Abstract:

The objective of this final dissertation is to demonstrate that a big communication campaign about a law firm can be carried out in spite of implying seriousness, protocol and respect. It also employs creativity and new technologies in order to achieve a clear differentiation strategy. Nowadays, many law firms opt for taking a stance and communicate their services since the law that banned the advertising in the legal profession was abolished. On the other hand, there are other law firms such as *Soriano Abogado* that are stalled because he does not apply a communication strategy to differentiate their competitive advantage from the rest.

Firstly, the Law that regulates the advertising about the practice of the legal profession was analysed in order to discover the reasons why there are still certain lawyer's offices that do not use advertising in this area. In addition, the factors that influence in the *Soriano Abogado* environment were analysed, and it was discovered that the main communication problem is the lack of positioning. To solve it, it was diagnosed that he has three values that differentiate him from the rest: the security, the confidence and the experience in issues about criminal law due to his long experience as a local police.

Secondly, he decided to expand his clients to the companies in order to achieve one of his main targets, which is to obtain clients who have more economic resources because they will make a fair payment for the services. After that, these entities were investigated and it was found a common behaviour since they prefer to take the necessary precautions in order to avoid unpleasant and undesirable situations rather than living them. Most of the time, these companies do not apply these measures due to the disinformation that exist about what a crime is, since it is a complicated issue for people who do not understand about law. For that reason, these people need a qualified professional such as Ramón Soriano, with experience in this area, who transmits security and can inform and help them in the best manner.

Three phases were established to reach this strategic target. These phases have different actions which revolve around the axis of “the security of the experience” and materialise the concept of “agent with gown”. The first phase is carried out with the purpose of taking the stance of “*Soriano Abogado*”. The second one is employed to foresee the unpleasant situations, and the objective of the last one is to foster the loyalty of the clients by keeping a Cooperative Social Responsibility.

To end up, this communication plan is employed to achieve that “Ramón Soriano” fulfils his objectives.

2. Palabras clave / Keywords

Publicidad de abogados / Lawyer advertising

Plan de comunicación / Communication plan

Abogado penalista / Criminal Lawyer

Delitos empresariales / Business crime

Seguridad de empresas / Corporate security

Castellón / Castellón

Benicarló / Benicarló

3. Introducción y justificación del tema

El artículo 31 de la Abogacía de fecha 24 de julio de 1982, prohibía a los abogados realizar actividades publicitarias sin una autorización previa de la Junta de Gobierno. Dicha prohibición se integró en las normas deontológicas aprobadas por la Asamblea de Decanos del 28 y 29 de mayo de 1987. Estas limitaciones se fundamentaban en la incompatibilidad del factor de comercialización con la seriedad, respeto y protocolo que debía presidir la práctica de abogacía.

Tras los años, se implantó el principio de libre competencia (libertad de mercado para los empresarios y libertad de elección para los consumidores), por lo que desde 2001 la prohibición de la publicidad de abogados se permitió quedando solo vedada a la publicidad engañosa, la publicidad agresiva y a todos los supuestos recogidos por la Ley General de Publicidad sobre la publicidad ilícita. A partir de esta fecha, los despachos de abogados tuvieron que adaptarse a este nuevo principio y suprimir la mayor parte de las

prohibiciones de la publicidad a la abogacía, ya que la prohibición suponía una restricción a la libre competencia.

Al final, la publicidad para la abogacía quedó sujeta a la normativa general sobre publicidad y competencia desleal. Pero aun habiéndose aprobado las actividades publicitarias en este campo, los despachos de abogados no han sabido sacarle partido, pues la publicidad de los abogados es muy típica, incluso en el diseño de su identidad visual corporativa, y en muchos casos, por no haber definido claramente como la firma de abogados tiene que ser percibida, la publicidad que se emite es “efímera”, por lo que en este trabajo vamos a plantear claramente “la diferenciación” del cliente.

A raíz de esto, se ha elegido un despacho de abogados para realizar este plan de comunicación, concretamente el de *Soriano Abogado*. Una entidad que tras nueve años en el negocio se ha observado que no ha sabido aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece el entorno digital así como hacer uso de la publicidad en sí. Además de esto, se tiene una vinculación directa con el letrado Ramón José Soriano Verge, ya que es pariente de una de las autoras de este plan de comunicación.

Con este trabajo, se pretende hacer ver al abogado, que pese a que no esté pasando por una buena situación empresarial en estos momentos, si se aplica una buena estrategia de comunicación el negocio se puede sacar adelante con mejores resultados.

Por ello, se ha elegido este tema, además de que como ya se ha comentado, uno de los propósitos es romper con los esquemas y hacer algo diferente a lo que se está acostumbrado a ver, se quiere sacar partido a las nuevas plataformas de comunicación, exprimir las al máximo para conseguir unos resultados óptimos.

Introduction and Justification of the topic

Article 31 of the former General Statute of Lawyers, decreed on July 24, 1982, prohibited lawyers from carrying out advertising activities without authorization from the Governing Board. This prohibition was integrated into the rules of ethics approved by the Assembly of Deans of May 28 and 29, 1987. These limitations were based on the incompatibility of the marketing factor with the seriousness, respect and protocol that should govern the practice of advocacy.

Over the years, the principle of free competition (market freedom for entrepreneurs and freedom of choice for consumers) was introduced. As a result, since 2001, the ban on the advertising of lawyers was allowed only to be misleading advertising. Aggressive advertising and all the assumptions collected by the General Advertising Law on unauthorised advertising. From that date, law firms had to adapt to this new principle and to remove most of the prohibitions of advertising to the legal profession, since the ban was a restriction on free competition.

In the end, advertising in law was subject to the general rules on advertising and unfair competition. But, even though advertising activities have been approved in this field, they have been unable to take advantage of it.

Advertising by lawyers is very typical, even in the design of their corporate visual identity, in many cases because they have not defined the signature of lawyers. Moreover, it has to be perceived, the publicity that is issued is "ephemeral", so in this project, we will state "differentiation" of the client.

As a result, a law firm has been chosen to carry out this communication plan, specifically Soriano Lawyer. An entity that after nine years in the business has been observed that it has failed to take advantage of the new opportunities offered by the digital environment as well as make use of advertising itself. In addition to this, he has a direct relationship with the lawyer Ramón José Soriano Verge, as he is a relative of one of the authors of this communication plan.

With this project, it is intended to make the lawyer see that although he is not going through a proper business situation at the moment if a good communication strategy is applied, it can have good results.

This is the main reason of this project, since as we already mentioned, one of the purposes is to break with the schemes and do something different from what is usual to see, you want to take advantage of the new communication platforms, to express them to the maximum for optimal results.

4. Objetivos del trabajo fin de grado

En este plan de comunicación se van a poner en práctica todos los conceptos aprendidos a lo largo del grado para poder dar solución al problema de comunicación en el que se encuentra *Soriano Abogado* con el fin de conseguir exitosamente sus objetivos empresariales y así aumentar los beneficios económicos.

Lograr romper con la publicidad que gira en torno a la abogacía y demostrar que aunque sea un tema complicado debido a la seriedad y el respeto que conlleva se puede crear un plan estratégico original, creativo e innovador que consiga cautivar al posible consumidor del servicio y fidelizar a los ya existentes.

Por último, se quiere facilitar al cliente o al posible cliente el entendimiento de los tecnicismos que forman parte de este sector y que este no se sienta desinformado ante cualquier duda que le pueda surgir.

Objectives of the final dissertation

In this communication plan, all the concepts that have been learnt during the degree are put into practice in order to solve the communication problem that Soriano Abogado has. This plan is used to successfully achieve his business objective and consequently increase his economic profits.

Lograr romper con la publicidad que gira en torno a la abogacía y demostrar que aunque sea un tema complicado debido a la seriedad y el respeto que conlleva se puede crear un plan estratégico original, creativo e innovador que consiga cautivar al posible consumidor del servicio y fidelizar a los ya existentes.

To break with the advertising that revolves around advocacy and demonstrate that although it is a complicated issue due to the seriousness and the respect that creating an original, creative and innovative strategic plan has, it is possible to captivate the potential consumer of the service and foster the loyalty with his existing ones.

5. Datos biográficos y entrevista al anunciante

Ramón José Soriano Verge nació el 22 de octubre de 1962 en la localidad de Benicarló. Cuenta con estudios académicos de formación profesional en administración y estudios universitarios en la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) compaginados en las sedes de Tortosa y Villarreal, donde se licenció en derecho. Tras conseguir este título cursó un Máster de Práctica Jurídica en el Colegio de Abogados de Castellón. Soriano ha estado actualizándose hasta el momento asistiendo a conferencias y cursos además de formarse en temas de seguridad y criminología. En su recorrido laboral



Ilustración 1 Fuente propia

destacan sus quince años de experiencia como policía local al servicio de la ciudadanía de Benicarló. Además, son relevantes sus cuatro años como Concejal Político siendo sus dos primeros años delegado del área de seguridad ciudadana y policía, participación ciudadana, nuevas tecnologías y responsable del área de normalización lingüística; finalizó sus dos últimos años asumiendo la responsabilidad de la concejalía de educación, de colegios tanto

públicos como concertados y siendo el responsable de la Universidad Nacional de Educación a Distancia. Actualmente se dedica a la abogacía y tiene su propia empresa jurídica.

¿Cuántos años llevas ejerciendo la profesión?

Dedicándome profesionalmente a la abogacía llevo unos nueve o diez años.

¿Año inauguración?

El despacho se inauguró en el año 2008/2009, primero abrí una consulta en mi domicilio (calle Francisco Pizarro nº 3-3º, en Benicarló), y un tiempo después abrí un despacho como tal en la calle Ferreres Bretó nº 17, en una planta baja. Recientemente abrí junto a mi cuñado (experto en temas empresariales, fiscales y tributarios), una oficina en Alcalá de Xivert, una ciudad que se encuentra a unos treinta kilómetros de Benicarló, con la intención de ampliar nuestro campo de trabajo y clientes en esa zona; lo hicimos, ya que por esa zona tenemos algunos clientes y así poder aprovechar el tirón; aun así, aunque la oficina está preparada con lo básico para la atención al público, en estos momentos está en *stand by*.

¿Por qué comenzaste en Benicarló?

Comencé en Benicarló porque las circunstancias me encarrilaron a que fuese allí donde comenzara; es decir, nací en Benicarló, conozco Benicarló y a su gente, y previamente a ejercer la abogacía trabajé en Benicarló como policía local. Además, en los últimos años antes de dedicarme en exclusiva a la abogacía lo compaginé con otro trabajo, el cual era

dedicarme a la política de la ciudad (cargo público o concejal), y por tanto, cuando dejé la política ya me dediqué a la abogacía con exclusividad.

¿Cómo creaste el negocio?

En mi caso, para poder ejercer como abogado necesitaba colegiarme en el colegio de abogados de Castellón (aglutina a todos los abogados de la provincia); para ello tuve que darme de alta en el Colegio, pagando la correspondiente tasa colegial, que se paga periódicamente; y también tuve que darme de Alta o bien en la Seguridad Social o en la Mutua de la Abogacía, por lo cual también se paga la cuota pertinente con periodicidad. Después abrí el negocio, que como dije, primero fue en mi propia vivienda, lo cual me permitía ahorrarme el alquiler del local, y con la ventaja de que para ejercer en mi propia vivienda no necesitaba ninguna autorización administrativa. Después, cuando me trasladé al local de la calle Ferreres Bretó, allí ya necesité una Licencia municipal para abrir el negocio, y el local debía reunir los requisitos necesarios como aseos que cumpliesen la normativa, disponer de sistema contra incendios, etc., y claro, también debía pagar luz, agua, alquileres, compra de maquinaria para ofimática, mesas, sillas, estantes, adecuar el local, en fin; y necesitaba un/a secretario/a para lo cual me vino muy bien mi esposa, experta contable, muy inteligente y trabajadora, lo cual aumentaba los gastos puesto que debía asegurarla, etc.

¿Eran buenos tiempos?

No. Posiblemente elegí el peor momento para montarme un negocio, y más concretamente un negocio como el que yo monté, ten en cuenta que sobre el 2008 (incluso antes, y a partir de ahí fue a peor), emergió una crisis brutal en España, los negocios se cerraban, los trabajadores iban al paro, los que no tenían trabajo no lo encontraban, la gente no quería gastar...; en mi caso además de todo eso estaba el hecho de que era “novato” en la faena y tenía que abrirme hueco en el sector (hacer clientes) prácticamente de cero.

¿Cuándo ampliaste (abriste otro despacho)?

El hecho de trasladar el despacho de mi domicilio al local como comenté, fue motivado por varias razones: en primer lugar, porque el espacio que disponía en mi casa era reducido; en segundo lugar porque cuando tomé esa iniciativa mis hijos eran pequeños, y trabajar en casa con los niños por delante, y algunas veces tratar con los clientes mientras se hacía la comida, con olores, ruidos, etc., no era lo más apropiado; en tercer lugar, por la situación

del negocio, es decir, no era –ni es- lo mismo un tercer piso aunque tuviese ascensor, que una planta baja donde se podía acceder a un mismo nivel, además, el local que elegí está en una calle céntrica, en un lugar muy visible para la gente, y cerca del Ayuntamiento.

¿A qué casos se dedica tu empresa?

En nuestro despacho intentamos no desdeñar ningún asunto, quizá podamos rechazar algún asunto que tenga que ver con temas “mercantiles” (como Concursos de Acreedores o cierres de empresas), o temas “fiscales” (tienen que ver con tributos/ Hacienda), pero repito, la norma en nuestro despacho es ser integrales y no buscar la especialización, aunque nos gustaría, pero la “especialización” cabe más en ciudades grandes o muy grandes, pero no en ciudades pequeñas o con poca población o clientes. Creo conveniente hacer mención el “intento” de introducir en el negocio temas o trabajos relacionados con la investigación privada, para ello permitimos la colaboración de un Detective Privado, pero lo cierto es que dicha iniciativa no está cuajando ya que se llegó a un acuerdo de cobrar a medias sus casos a cambio de “cederle” una habitación del despacho y este no recibe a penas clientes por lo que escasamente me genera ingresos.

¿Cuál es tu especialidad?

No podría hablar de especialidad por lo que te he comentado anteriormente, pero si es cierto, que hay algunas materias dentro de mi profesión que me tiran más que otras, o que me siento más seguro, o que disfruto más... y sería todo lo que tiene que ver con el Derecho Penal (delitos). Pues hay que tener en cuenta que tengo una sólida base en esa materia desde que trabaje de Policía, y también en Derecho Civil (problemas entre particulares) y Derecho Administrativo (el trato entre ciudadanos y Administraciones). .

¿A qué te dedicas actualmente y cuál es tu misión en este ámbito? ¿Cuáles son tus objetivos?

En el ejercicio de la profesión de abogado, es decir como “abogado generalista” que soy no puedo decir que me dedico a un caso en concreto sino que llevé asuntos diversos a la vez (civiles, penales, administrativos, etc.). Y mi misión para con esos asuntos es ayudar y/o defender a los clientes, y en definitiva conseguir los mejores resultado para ellos. Mi objetivo sería mejorar mis resultados profesionales, conseguir más clientes y mejores, conseguir más casos y mejores, y como no conseguir más ingresos en el despacho.

Visión ¿A dónde quieres llegar?

Aparte de los objetivos antes referidos, también me gustaría ampliar el negocio y mejorar el entorno del negocio (no sólo en la parte física o de local, sino también mejorar la imagen que trasladamos al ciudadano, sea vía internet u otra, ya que en este sentido tenemos mucho que mejorar, sobre todo en las redes sociales). En el tema económico no tengo grandes pretensiones, simplemente mantener el negocio ampliándolo si cabe, y conseguir unos ingresos personales que me permitan sostener el negocio y a mi familia.

¿Cuáles son los valores fundamentales de la empresa?

Seriedad, eficacia, profesionalidad, dedicación, empeño, trato cercano y accesible, confianza, seguridad y experiencia.

¿Qué pretendes transmitir al público?

Básicamente que el cliente pueda confiar en nosotros, que no nos mueve el afán de ganar dinero, sino que por delante está la persona, dándole un trato cercano y bueno.

¿Cuáles son los valores que te diferencia de la competencia?

La mayoría de abogados se creen de un status superior e intentan hacérselo ver a sus clientes (son poco campechanos); así, por ejemplo, un cliente o futuro cliente quiere disponer de una visita o servicio con el abogado y pide cita, la cual se la darán para un día y hora determinado, en nuestro caso es como de ir más por casa, es decir, el cliente o futuro cliente llega al despacho, solicita hablar con el Letrado y habla con el Letrado al momento. Luego fuera del ámbito del trato personal, creo que también marcará un poco la diferencia el que la inmensa mayoría de despachos están ubicados en pisos adecuados para oficinas y no en locales a pie de calle como el nuestro; y supongo que en nuestro caso también marcará la diferencia la ubicación, ya que hay despachos que están muy alejados de la zona centro o de máximo uso de ciudadanos con lo que merma el desconocimiento de la existencia de un abogado, y en nuestro caso el despacho está bien ubicado (en cualquier caso, como cuestión a analizar sería responder al hecho de que entra al despacho menos gente de la que creía a pesar de estar bien ubicado).

¿Qué te motiva a seguir con tu trabajo?

Sinceramente, hoy por hoy me motiva la esperanza o ilusión de que todavía me falta “cabalgar la ola perfecta”, o lo que es lo mismo, mi momento todavía no ha llegado. Creo

que todavía me estoy haciendo y que aún debo eclosionar. Bien es cierto que el momento no es muy boyante para hacerse ilusiones, y no puedo negar que sufro bastante, pues éste oficio me gusta mucho pero no compensa en lo económico. Antes trabajaba infinitamente menos pero cobraba más (era funcionario), ahora trabajo mucho y gano poco.

¿Quién crees que es tu competencia más directa?

Todos los despachos que actúan en mi circunscripción.

¿Qué ofreces que no ofrezcan los demás? Tipos de servicios que ofreces (penal, civil, etc.)

En general todos los despachos de Benicarló son multidisciplinarios, es decir tocan todas las ramas del Derecho o casi todas. Como te comenté anteriormente, nosotros tocamos Penal, Civil, Administrativo..., algo de laboral... Es verdad que en Benicarló o nuestra zona, algunos despachos con más solera o más grandes, al disponer de más gente trabajando “se dividen” las materias, y en ese caso esos compañeros se reparten mejor los asuntos que van entrando al despacho, por ejemplo asumiendo los asuntos penales aquél Letrado que se siente mejor con esa rama del Derecho, y lo mismo en Civil u otra rama. En nuestro despacho además ofrecemos lo de llevar Comunidades de Vecinos, lo que quizá muchos no hagan (a ver, tampoco es que tengamos muchas Comunidades, de hecho tenemos poquísimas, podríamos tener más, y no se nos da nada mal). Y finalmente, introducimos el tema del Detective pero no funciona, y a fecha de hoy no sé –no lo he analizado- si incluso podría ser pernicioso para nuestro despacho.

¿Cuánto cuesta cada servicio? ¿Hay un precio estándar?

En el tema de los precios también tenemos problemas. De normal, no suelo cobrar nada por consulta, aunque de vez en cuando cobro un máximo de 10 euros. Esto se debe a que la gente que acude al despacho apenas tienen recursos económicos, y por lo tanto me sabe mal cobrarles una cuantía. A ver, entendemos que debemos cobrar por las visitas que atendemos, al igual que hace un oculista, un dentista, un psicólogo, etc., pero lo cierto es que se plantea como un miedo o vergüenza a la hora de cobrar por las consultas. Y, en cuanto a los servicios en general, buscamos cobrar lo menos posible para fidelizar al cliente, nosotros nos limitamos a aplicar el mínimo que exigen los baremos de precios que nos facilita el Colegio de Abogados, e incluso después hacemos una sustanciosa rebaja para amoldar el precio a las circunstancias personales del cliente; tenemos en mente hacer

un baremo personal del despacho en el que desglosemos los servicios que hacemos y el precio por servicio, para cobrar siempre lo mismo. Lo que hacemos en general, o en muchos supuestos, es solicitar del cliente una cantidad a cuenta del servicio, y cuando se finaliza el servicio se descuenta lo que ya se ha entregado a cuenta.

¿Qué tipo de clientes acuden habitualmente al despacho? ¿Quieres ampliar tu público?

Son todo clientes particulares, no empresas, y suelen ser de renta baja o medio-baja. En cuanto a si quiero ampliar mi público, ¡sí!

¿Cuál crees que es tu imagen de empresa actual? ¿Cómo dirías que te ven los demás y cómo te ves tú mismo?

Creo que mi imagen es infinitamente mejorable, lo sé, pero me siento incapaz o quizá solo, para llevar a cabo iniciativas de mejora, eso supone inversión y asumir riesgo. Yo pienso que la visión que los demás tienen del despacho o de mí en cuanto a profesional, son positivas, pero es una percepción mía; respecto a mí, creo que soy más débil de lo que la gente cree, menos listo de lo que la gente piensa, creo que escondo bastante bien mis miedos y mi falta de confianza.

¿Qué te gustaría conseguir?

- Aumentar notoriedad, que la gente me conozca.
- Cambiar imagen de marca, que me conozcan por las redes, modernizarme.
- Conseguir más clientes, mejores, y fidelizarlos.
- Ampliar mi público habitual.
- Lograr más ingresos.
- Agrandar el negocio si es conveniente.

BLOQUE II: Análisis del despacho *Soriano Abogado* y Diagnóstico

1. Análisis

1.1. Historia

Soriano Abogado, es una empresa jurídica que se creó el año 2008/2009. En primer lugar, Ramón José Soriano Verge, dueño de la empresa, abrió consulta en su propio domicilio en el municipio de Benicarló (provincia de Castellón). El despacho empezó en Calle Francisco Pizarro nº3-3 piso, aunque al poco tiempo se trasladó a una planta baja situada en la zona más céntrica de Benicarló, delante del ayuntamiento (Calle Ferreres Bretó nº17).

En el ejercicio de la profesión se abordan asuntos diversos: civiles, penales, administrativos, etc. Intenta no desdeñar ningún asunto, aunque excepcionalmente puede rechazar algún caso que tenga que ver con temas “mercantiles” (como Concursos de Acreedores o cierres de empresas), o temas “fiscales” (que tengan que ver con tributos/Hacienda).

Se considera un “abogado generalista” al no especializarse en un caso concreto y llevar casos diversos. Dentro de su gran profesión, la materia con la que se siente más seguro es con el Derecho Penal (delitos), debido a su base sólida en estos temas gracias a su trabajo en el pasado como Policía Local. Además, también se siente muy seguro con el Derecho Civil (problemas entre particulares) y Derecho Administrativo (el trato entre ciudadanos y Administraciones).

Actualmente, han introducido en el despacho la investigación privada con la colaboración de un detective privado, aunque dicha iniciativa no está cuajando según el letrado. Por otro lado, junto con un familiar experto en temas empresariales, fiscales y tributarios ha abierto una nueva oficina en Alcalá de Xivert, una ciudad que se halla a unos treinta kilómetros de Benicarló. La intención es abrir otro campo de trabajo y de clientes a esa zona, aunque actualmente se encuentra en *stand by*.

1.2. Filosofía

Su filosofía es velar por los clientes, ofreciéndoles seguridad, confianza y un trato cercano para conseguir unos buenos resultados. Cabe destacar la dedicación

personalizada de cada caso, ya que su fin principal es ayudar al cliente.

1.3. Servicio

Como se ha comentado, se abordan diversos servicios:

- **Derecho penal:** Es el que regula el poder sancionador del Estado, relacionado con una serie de hechos regularizados por la norma que llevan consigo una pena. Dentro hay casos de homicidios, lesiones, amenazas y coacciones, agresiones, delitos sexuales, insultos y calumnias, robos y hurtos, estafas, falsificaciones, denuncias falsas, daños, acoso laboral, delitos medioambientales, delitos relacionados con la circulación de vehículos, etc.
- **Derecho civil:** Conjunto de normas y principios del derecho que regulan las relaciones entre personas físicas y jurídicas. Procedimientos que ofrece el derecho para reclamar o defenderse; ante qué Juzgados y Tribunales se deberá comparecer; cómo se desarrollará el procedimiento civil; cuánto podría costar un determinado pleito; saber si existen posibilidades de ganar, o de perder, etc.
- **Derecho laboral:** Conjunto de normas que regula la relación laboral de las personas, realizado de forma libre y por cuenta ajena, a cambio de una contraprestación monetaria. Todo aquello que tenga que ver con los derechos laborales, cómo funciona el procedimiento laboral, cómo se debe reclamar, contra quien se debe reclamar; qué juzgado se encargará de solventar el asunto, qué escritos se presentan, quién los presenta, qué es el Acto de Conciliación, cómo es una Papeleta de Conciliación, dónde está el SMAC; saber si existen posibilidades de éxito, cuánto puede costar un asunto laboral, etc.
- **Derecho administrativo:** Conjunto de normas que regulan las relaciones de las personas en la administración. Entre ellos encontramos, problemas con el Ayuntamiento, con el área de Urbanismo, con el Departamento de Policía Local, Recaudación o Hacienda, etc. También lo son las caídas en la calle o dentro de algún edificio público, los problemas con alguna Conserjería de la Generalitat Valenciana, o con otras Comunidades Autónomas, entre otros casos.

1.4. Consumidor actual

El público actual serían personas entre 40-60 años con una renta media-baja, los cuáles en la mayoría de casos apenas tienen recursos económicos para poder hacer un pago justo del servicio que reciben. Son la mayoría residentes de Benicarló o alrededores.

1.5. PESTEL

Factores políticos

La política en España es un conglomerado de condiciones administrativas que dictan las leyes de España para el funcionamiento del país. La forma política es una monarquía parlamentaria, en la que el Rey reina pero no gobierna, además todos los poderes del estado (poder ejecutivo representado en el Gobierno, poder legislativo representado en las Cortes Generales –Congreso y Senado-, y poder judicial representado por los Jueces y Tribunales) se controlan mutuamente entre ellos; la capacidad de legislar está en las Cortes Generales donde las normas se aprueban por los Diputados y respetándose unas mayorías más o menos cualificadas (mayoría simple, mayoría absoluta); el Gobierno también tiene capacidad de legislar, por ejemplo a través de los Reales Decretos Ley. Actualmente está al frente del Gobierno de España el Partido Popular, un partido político conservador situado en el centro-derecha fundado en 1989 el cual lleva desde diciembre de 2011, el Jefe del Ejecutivo (gobierno) es Don Mariano Rajoy Brey.

Por una parte, en la Generalitat Valenciana firmaron un acuerdo de Gobierno progresista PSOE, Compromís y Podemos cuyos candidatos de las tres formaciones eran Ximo Puig (PSPV), Antonio Montiel (Podemos) y Mónica Oltra (Compromís). Por otra parte, y concretando un poco más, la Diputación de Castellón es el órgano institucional propio de la Provincia de Castellón el cual engloba a los 136 municipios que forman esta provincia en los cuales está presente Benicarló, la localidad donde se ubica la empresa analizada *Soriano Abogado*. Este órgano fomenta la colaboración entre los municipios, actualmente es liderado por el partido popular y dirigido por Don Javier Moliner Gargallo.

Para Doña Rosana Marzá Caldés¹, Tercer Teniente de Alcalde y Concejala de Comercio, Turismo y Mercados en Benicarló, *“la política es todo para las empresas, es la que decide qué línea a trabajar y se ha de seguir, en que se debe invertir, que mejorar y*

¹ Entrevista de fuente propia realizada el 2 de junio de 2017.

que penalizar (por ejemplo, ¿se favorece a las empresas renovables o no?; y en esa línea a nivel nacional se subvencionan más o menos...), de ahí la importancia de la política. En estos momentos existen muchas a nivel provincial, autonómico, nacional e incluso europeo que fomentan la formación y la creación de empleo, las tecnologías, la investigación en I+D”

Además, Don Román Sánchez Mateu², Séptimo Teniente de Alcalde y Concejal de Promoción Económica y Contratación opina que más que el partido político quien favorece a las empresas son las administraciones (local o Ayuntamiento, Diputación, Generalitat y Gobierno Central). Estas tienen una dirección política que intenta poner en práctica su programa. El instrumento que tienen las administraciones para realizar sus acciones sobre empresas y personas es el presupuesto, que es el documento donde se recoge qué dinero se destina a cada cosa. Las diferentes administraciones realizan programas de formación para su personal, subvenciones para ayudar a la contratación, a la exportación, a la mejora de instalaciones y campañas informativas sobre ellas, entre otras cosas.

En cuanto a las personas, se les brinda orientación laboral y planes de ocupación donde se ofrecen trabajos, básicamente a los colectivos más desfavorecidos. Ejemplos de ayudas e incentivos a autónomos y empresas: Ayudas para autónomos y el autoempleo, capitalización del desempleo, ayudas a la innovación y a *startups*, financiación, créditos ICO, ENISA y microcréditos, bonificaciones en la cuota de autónomos, bonificaciones a la contratación de trabajadores, ayudas al comercio y subvenciones al desarrollo rural.

Los ayuntamientos están obligados a colaborar entre ellos y con las administraciones superiores como diputaciones o gobiernos autonómicos. Según Don Román Sánchez: *“No hacerlo supondría perder muchas oportunidades. Por ponerte un ejemplo, los planes de empleo son mayoritariamente iniciativas de las diputaciones y las diferentes consejerías del gobierno de la Generalitat. No sumarnos a ellas en estos planes significaba perder puestos de trabajo para gente que ahora mismo está en el paro.”*

La política fiscal del ayuntamiento de Benicarló como cuentan los concejales en las entrevistas no se diferencia en mucho de la de cualquier otro. Los municipios son la

² Entrevista de fuente propia realizada el 3 de junio de 2017.

administración pública más cercana a la ciudadanía, pero son también la administración que tiene menos capacidad para regular sus presupuestos. Una parte considerable de las finanzas de los gobiernos locales está regulada por Ley y por lo tanto no puede ser modificada por los municipios, sino por el Parlamento español.

Así pues, los municipios tienen un margen limitado para decidir sobre sus políticas fiscales. A grandes rasgos se pueden encontrar los impuestos estipulados por ley que son tributos que se exigen sin ningún tipo de contraprestación directa a la ciudadanía. Según la Ley de Haciendas Locales³, hay impuestos que los ayuntamientos deben aplicar obligatoriamente (IBI, impuesto sobre bienes inmuebles; IAE, impuesto sobre la Actividad Económica; IVTM, impuesto sobre Vehículos de Tracción Mecánica), e impuestos potestativos, que los ayuntamientos pueden aplicar si quieren (ICIO, impuestos sobre Construcciones, Instalaciones y Obras; IVTNU, impuesto sobre el valor de los terrenos de naturaleza urbana). Además también hay tasas, precios públicos y contribuciones especiales, las tasas son tributos que los ayuntamientos imponen bien por utilización de la vía pública, bien a cambio de un servicio: las tasas (alcantarillado, cementerios, recogida y tratamiento de residuos, etc.), y precios públicos (de piscinas municipales, guarderías, etc.), pues, incluyen una contraprestación directa al contribuyente. Las contribuciones especiales se imponen a cambio de una inversión que beneficia directamente a las personas propietarias de los inmuebles de una zona, como la realización de obras públicas, o la ampliación de un servicio público.

Según el concejal de Promoción, Economía y Contratación, el objetivo es *“diversificar el sector productivo, es decir, no tener empresas de un único sector y mejorar la calidad de nuestros productos. Esto sólo se puede conseguir invirtiendo en tecnología e innovación y aumentando la formación, tanto de las empresas como de los trabajadores. En otros países se puede producir más barato, así que si queremos ser competitivos y colocar nuestro producto en el mercado, no queda otra que producir mejor, con más calidad, con más innovación.”*

Factores económicos

Tras sumergirse España en una crisis originada a finales de 2007, el Instituto

³ Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales, Capítulo II, Sección 3, Artículo 59.

Nacional de Estadística anuncia que la economía ha evolucionado con respecto al último trimestre de 2016 en que creció un 0,7%. La recuperación del PIB es una gran señal para dejar atrás la crisis. El ministro de Economía, Luis Guindos prevé este crecimiento: *«Siendo muy prudentes, la economía española puede crecer durante cuatro años a ritmos próximos al 2,5% y crear mucho empleo»*. Aunque el presidente Mariano Rajoy opina que no se podrá dar por finalizada la crisis al menos hasta disminuir el nivel de paro.⁴

A pesar de que todos los marcadores económicos parece que dan fin a esta depresión económica española, en el municipio de Benicarló aún no se observan dichos resultados. Doña Rosana Marzá Caldés, concejal de Comercio, Turismo y Mercados en Benicarló comenta que *“la situación ha sido francamente dura, de hecho la grave crisis que nos ha afectado a hecho cerrar muchas empresas, o si no ha obligado a cerrar empresas ha hecho que las mismas pasaran por momentos complicados, obligando a las mismas a ajustarse el cinturón o a reinventar nuevas fórmulas de desarrollo. Siempre es buen momento o así lo esperamos e impulsamos, para fomentar el emprendimiento. Si bien es cierto que el emprender en este país no es nada fácil debido a todos los requisitos económicos establecidos, pero para ello continuamente se marcan líneas de trabajo y ayudas.”*

En cuanto al sector comercial, se mantiene el número de establecimientos (600 establecimientos comerciales y de servicios, además de los tradicionales mercados no sedentarios de los miércoles) pero hay una gran oscilación con muchas tiendas que abren y cierran. Otro rasgo destacado es el gran número de comercios que han abierto las personas inmigrantes afincadas en la comunidad que en un principio eran básicamente establecimientos de alimentación. Doña María Cinta Pellicer Vallés⁵, Técnica del Área de Mercado en esta localidad afirma que existen varias empresas de tejido con grandes pilares asentados sobre las empresas primarias (agricultura y pesca, las cuales mantienen los niveles de empleo). También hay un gran sector de la empresa química IFF y Ashland, en cambio, las empresas del mueble, han tenido una evolución muy negativa con todo el largo episodio de dicha crisis.

Actualmente, el ayuntamiento de dicha localidad ha organizado un programa con el

⁴ El Economista, 2 de mayo de 2016.

⁵ Entrevista de fuente propia realizada el 29 de mayo de 2017.

objetivo de activar la economía y fomentar a los emprendedores y a su entorno. Consiste en una ayuda directa a emprendedores, autónomos y Pymes con el objetivo de crear empleo, mejorar el nivel y calidad de vida y conseguir una economía más diversificada y sostenible.

El empleo experimenta un ligero descenso en las listas del paro, este descenso es ya continuado hace más de un año, aunque esta recuperación de puestos de trabajo no tiene un reflejo directo con el incremento del consumo, que todavía es moderado, según explica Doña María Cinta Pellicer Vallés. Además Doña Rosana Marzá también hace referencia en la entrevista realizada sobre este descenso: *“Los indicadores, así como la prensa a nivel nacional informan acerca de esta mejora en el paro, a nivel local existe un área de promoción económica que trabaja en esta dirección no solo desde la perspectiva de analizar cuál es la situación real del municipio sino también buscando en qué mejorar y en esa línea se invierte en formación y en generación de empleos.”*

La regidora explica que los conflictos que se presentan a nivel local en las empresas son desde los comercios, y tras conversaciones con los propios comerciantes, partiendo de la situación de crisis (por la falta de ventas y de afluencia en sus negocios) y de desánimo, suelen ser: por problemáticas o desavenencias en el pago de las tasas e impuestos; por la situación de limpieza y estado de las calles y fachadas (lo cual consideran que no favorece a la imagen comercial del municipio); por la falta de negocios (lo cual no favorece a la imagen comercial) o por el incremento de negocios de baja calidad en el municipio (lo cual no favorece a una imagen comercial de prestigio). A esto añade Don Román Sánchez, Concejal de Promoción Económica y Contratación⁶, que hay conflicto por los impuestos ya que la empresa siempre cree que paga demasiados, por las ayudas porque la empresa siempre cree que son pocas, por la flexibilidad laboral y por las normativas medioambientales.

Benicarló es una ciudad que contiene más de 27.000 habitantes los cuales aumentan en temporadas turísticas y facilita la presencia de establecimientos comerciales y de servicios en la práctica totalidad de su núcleo urbano, aunque por el momento dichos establecimientos están sufriendo fluctuaciones. Existen una lista de razones por las cuales

⁶ Entrevista de fuente propia realizada el 3 de junio de 2017.

invertir y no tirar la toalla en este municipio como lo son: la concentración comercial, la atracción de visitantes (centros educativos, instalaciones y actividades deportivas, polígono industrial, o el amplio patrimonio natural, histórico y arquitectónico de la ciudad) , el asesoramiento personalizado gratuito: la Agencia para el Fomento de la Innovación Comercial (AFIC) del Ayuntamiento de Benicarló pone a disposición de comerciantes y emprendedores completos servicios gratuitos de asesoramiento para la creación de empresas, tramitación de licencias e información sobre cualquier aspecto relacionado con su negocio.

Además, la imagen comercial y las inversiones públicas para favorecer el desarrollo comercial ya que conjuntamente con el Ayuntamiento de Vinaròs, han elaborado la EDUSI (Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado), que ha sido aprobada y cuenta con una financiación de 10 millones de euros de los fondos FEDER⁷ para desarrollarla. Dentro de esta Estrategia, en Benicarló, se llevarán a cabo acciones de revitalización de la zona centro de la ciudad, que junto con la implementación del Plan de Protección del Casco Histórico, tienen por objeto hacer la zona más atractiva para la implantación de nuevas actividades comerciales y de ocio. Finalmente otra razón serían las grandes festividades y ferias comerciales.

Factores socioculturales

España es un país rico en cultura, derivada de los diferentes pueblos que han pasado por la península a lo largo de los siglos. Pues por dicho país han pasado tanto celtas, griegos, romanos, visigodos, musulmanes, etc., los cuales dejaron reliquias arqueológicas que componen su rico patrimonio histórico y cultural.

En cuanto a los idiomas, aunque el oficial del país sea el castellano, encontramos a lo largo de la geografía varios idiomas cooficiales como el euskera, gallego, catalán y valenciano. Estas lenguas gozan de una industria editorial bien desarrollada, como así se puede observar en algunos diarios y publicaciones periódicas.

Respectivamente a la gastronomía hay una variedad prominente, aunque el plato por excelencia sea la tortilla de patata. De hecho en otros países se le conoce como la

⁷ Fondo Europeo de Desarrollo Regional: Instrumento financiero de la comisión Europea, cuya finalidad es la ayuda para el desarrollo económico de las regiones deprimidas de la Unión Europea.

tortilla española. Aunque si se concreta en la región en la que se encuentra el despacho, destaca la paella valenciana como plato típico y en la localidad de Benicarló, el producto de denominación de origen es la alcachofa.

En temas sobre la religión del país, hay que tener en cuenta el artículo 16 de la constitución española⁸, el cual “garantiza la libertad ideológica, religiosa y de culto de los individuos y las comunidades sin más limitación, en sus manifestaciones, que la necesaria para el mantenimiento del orden público protegido por la ley. Nadie podrá ser obligado a declarar sobre su ideología, religión o creencias” por lo que podemos encontrar varias religiones como la musulmana, la hebrea, la protestante o la hindú, aunque la más practicada por la mayoría de la población es la católica.

Una vez hablado de manera general de la cultura española, se tratarán temas relacionados con el mundo de la abogacía. Para investigar tendencias, pensamientos, que es lo que busca la gente cuando acude a un abogado, se ha realizado una encuesta, la cual ha sido contestada por 116 personas. Los resultados que se han extraído dicen que a pesar de la crisis en la que están sumergidos los españoles, el nivel de ingresos ha evolucionado para bien con un porcentaje del 41,4%, y con el mismo porcentaje el nivel de ingresos se ha mantenido igual que cinco años atrás. Sólo un 17,2% ha empeorado para mal. De aquí se extraen datos positivos, ya que es importante que el cliente que acuda a un abogado disponga de un nivel de ingresos estable para poder costear los gastos que ello supone.

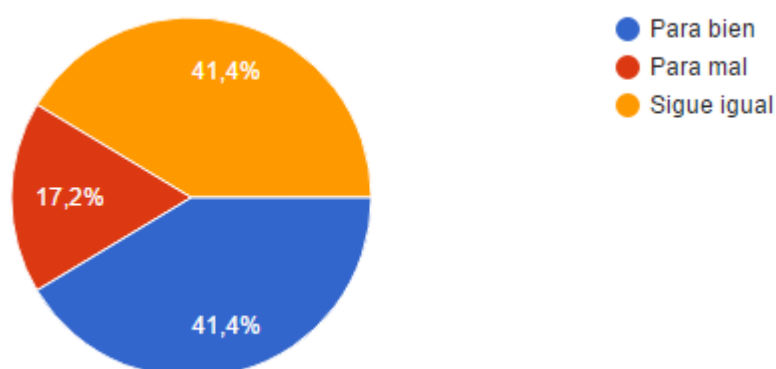


Ilustración 2 Fuente propia

⁸ Constitución Española: Capítulo II, Sección 1, Artículo 16.

Por otro lado, muchas veces se cree que la imagen que transmite un despacho de abogados es fría y que solo miran por sus propios intereses aunque según los resultados obtenidos es totalmente lo contrario. Pues solo un 12'1% no confía en ellos y 8'6% piensan que los abogados solo miran por sus propios intereses y no por los clientes.

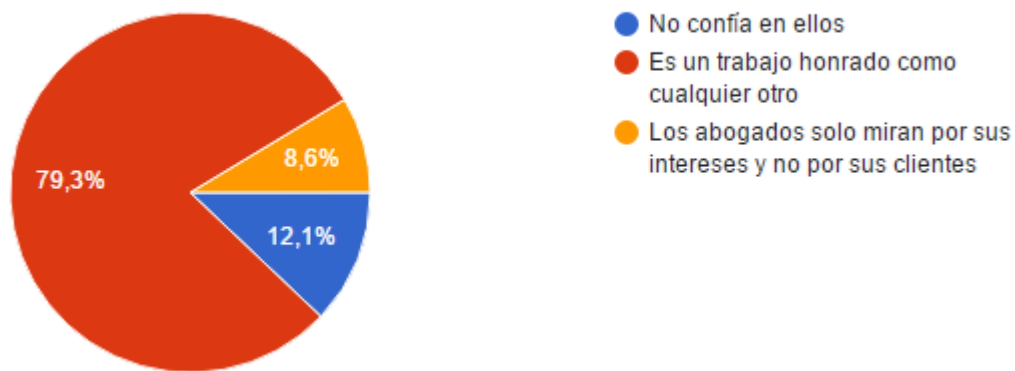


Ilustración 3 Fuente propia

También se ha preguntado que qué es lo que buscan de los abogados, a lo que coinciden la gran mayoría en características como *justicia*, *confianza*, *profesionalidad*, *cercanía*, y todo ello a un *precio justo*.

Una tendencia que se ha extraído de la audiencia, es que la gente cada vez es más autodidacta, es decir, la gente antes de acudir a un abogado intenta investigar por su cuenta, un aspecto a tener en cuenta ya que mostrar casos por parte del abogado podría ayudar a transmitir una gran confianza.

Se observa que la publicidad, no es el fuerte de este sector, ya que solamente el 13'7% de los encuestados han conocido un despacho de abogados por su publicidad.

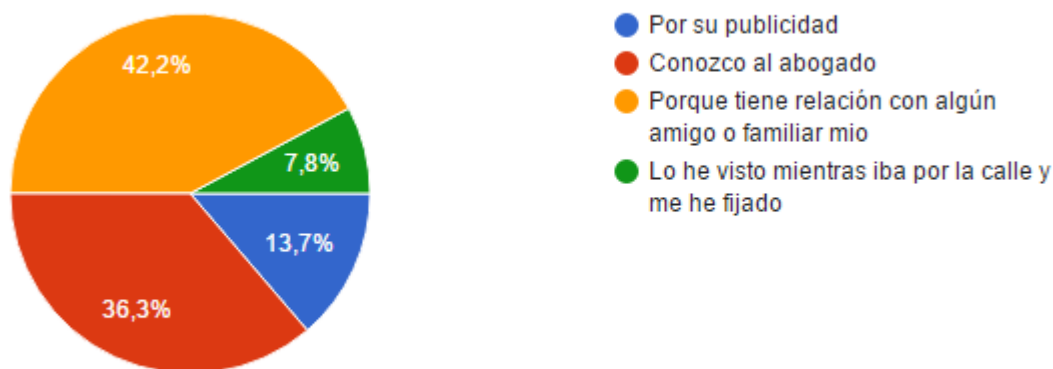


Ilustración 4 Fuente propia

De hecho, es ahora cuando los bufetes de abogados están dando sus primeros pasos en publicidad, aunque desde hace años esta práctica está permitida. Una publicidad enfocada hacia el posicionamiento y la reputación, y no centrada solamente en captar clientes.

Otra tendencia de la que se debe hablar, es la del derecho tecnológico, la cual surgió a raíz de las nuevas tecnologías, pues estas quedaban alejadas del derecho y no podía quedar así, ya que hay que tener en cuenta en todo momento el ordenamiento jurídico que pueda afectarnos. Este tipo de derecho también es conocido como derecho informático, y como explica Pablo Burgueño⁹ en su blog personal, es un nicho con mucho futuro si además de ser expertos en leyes se conoce a la perfección la tecnología empleada por los clientes. Pues debido al avance de las nuevas tecnologías, y sobre todo del uso de las redes sociales, cada vez hay más casos de falsificaciones de cuentas (sobre todo a través de Instagram, Facebook), estafas online, robo de cuentas, etc.

Factores tecnológicos

En la actualidad, la innovación tecnológica evoluciona muy rápidamente, pues diariamente van apareciendo nuevos productos en el mercado que sustituyen a los ya existentes. Esto ocurre de manera tan rápida que cuando aún no se ha terminado de asimilar la última tecnología hay ya otra nueva.

⁹ Post del blog personal de Pablo Burgueño, investigador de la tecnología, la comunicación, el entretenimiento y el comercio electrónico, 4 de agosto de 2011.

Debido a que la búsqueda de la competitividad es una tarea de primer orden en la dirección empresarial, las empresas quieren innovar y no quedarse atrás tecnológicamente hablando. El tema, es que muchas empresas no cuentan con los suficientes recursos materiales y financieros para llevar a cabo este proceso acelerado de modernización industrial. En esta situación, se debería aplicar la ciencia y la tecnología, para poder realizar una innovación tecnológica a partir de los recursos existentes.

También se debe a que, la Unión Europea pretende alentar la sociedad de conocimiento como modelo de desarrollo, ya que esta ofrece un futuro de gran trascendencia. Pues a través de la innovación tecnológica se manifiesta el valor económico del conocimiento. Por este motivo, cada vez más apuestan por reforzar el sistema de ciencia-tecnología-empresa mediante medidas concretas, relacionando la innovación como la fuente de la competitividad (que como se ha comentado anteriormente, es lo primero que buscan las empresas).

Internet es una pieza fundamental que la tecnología ha brindado a las personas, y una herramienta a la que las empresas le pueden sacar mucho provecho. Sí es cierto, que en la red se pueden encontrar muchos blogs que hablen de Derecho, pero como se utiliza un lenguaje tan técnico, a no ser que el lector sea un especialista sobre el tema, es complicado entender a la perfección todos los conceptos.

Seguidamente, se han analizado diez blogs que acercan el derecho al público general, mediante un lenguaje más estándar y menos técnico. Entre la lista de los blogs¹⁰ se observa el *blog de Iurismática*, el cual hace referencia al derecho tecnológico (redes sociales, cookies, ciberbullying, spam, etc.), el *blog del abogado David Maetzu* el cual habla de temas muy heterogéneos aunque hace más hincapié en las tecnología de la información, por otra parte, el *blog de Samuel Parra*, profesional que habla de la protección de datos personales y privacidad en Internet, también está el *blog de tus derechos con lupa* donde se responden a consultas realizadas por los usuarios y el *blog de José Mira*, especializado en Derecho Mercantil quien habla sobre lo que le puede interesar a las *startups*, etc.

¹⁰ <http://isdabogados.es/los-10-mejores-blogs-de-abogados/> 18 junio de 2017.

Estos blogs tocan temas muy interesantes y actuales como son las redes sociales, las *startups*, etc., y muchos lo hacen mediante una forma muy dinámica como es hablar de un tema a través de un vídeo. Además, el video como centro de la estrategia es una tendencia actual del marketing de contenidos.¹¹

Tras investigar sobre las estrategias que utilizan algunos profesionales en el sector de la abogacía se ha examinado la página web *Soriano Abogado*.¹²

Al introducir en los buscadores abogados en Benicarló, el despacho aparece en primera posición respecto al resto. Por ello hay que mencionar que cuenta con un buen posicionamiento SEO. *El Search Engine Optimization*¹³ es una técnica que hace referencia al conjunto de medidas para mejorar la posición de una página web en el ranking de los diferentes motores de búsqueda con la finalidad de situarse por encima de la competencia.

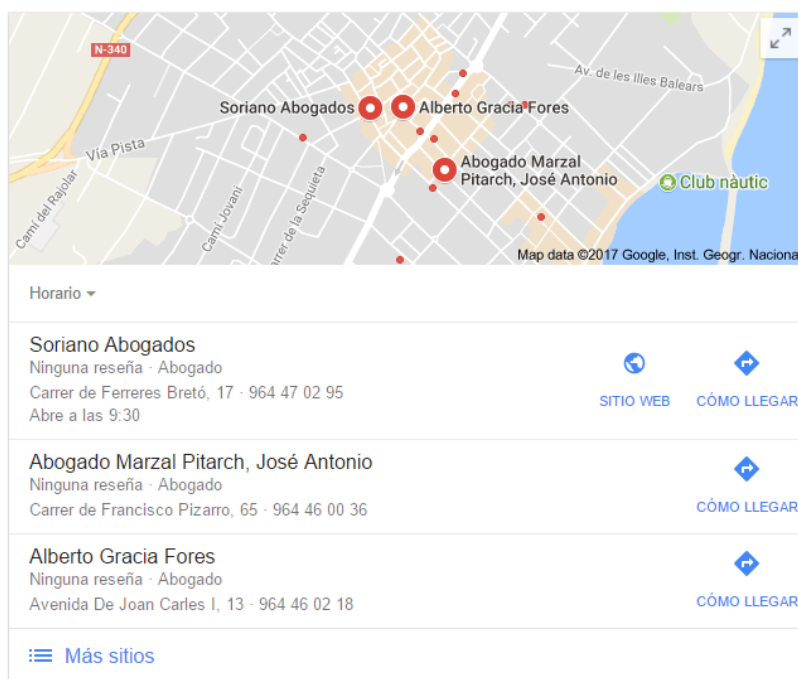


Ilustración 5 Screenshot

¹¹ Extraído de la asignatura de Creación de Contenidos en Entornos Digitales impartida por Eduardo Villena, curso 2016-2017, UMA.

¹² <http://sorianoabogado.es/>, 10 de mayo de 2017.

¹³ Definición extraída de la asignatura de Creación de Contenidos en Entornos Digitales impartida por Eduardo Villena, curso 2016-2017, UMA.

En cuanto al diseño y estética de su página web, es simple, clara y muy minimalista. Está bien estructurada y te muestra bastante información acerca de sus servicios aunque no crea contenido atractivo para el usuario ya que únicamente cuenta con un apartado de noticias el cual no está actualizado y le da un uso mínimo. Además, quedan poco claros sus valores y no se especializa en algo concreto.



Ilustración 6 Screenshot

En las redes sociales tiene poca presencia ya que únicamente cuenta con página en Facebook llamada Soriano Abogado. Tiene poco tráfico pero a pesar de haber lanzado únicamente una publicación tiene bastantes me gusta y seguidores en su página, un total de 86.

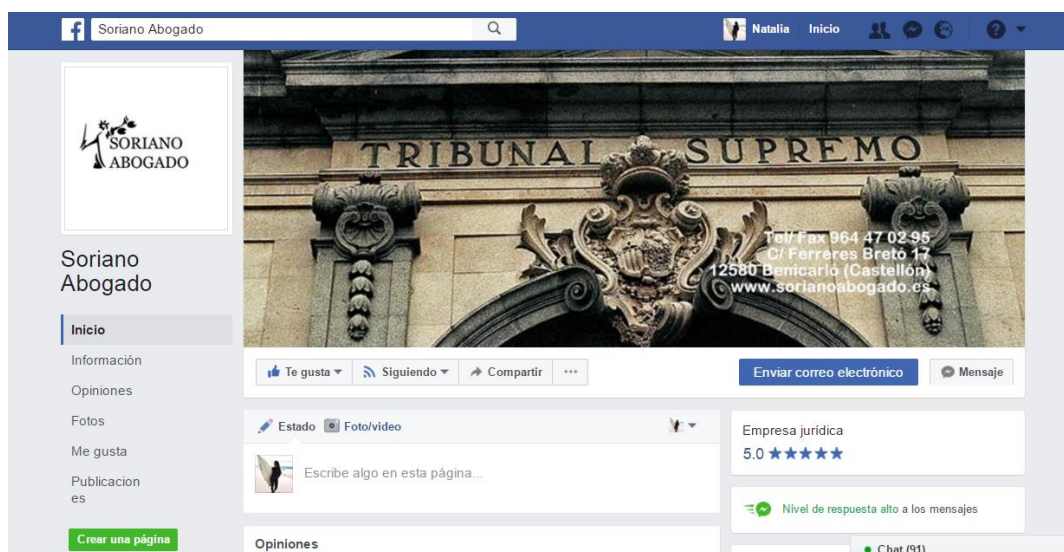


Ilustración 7 Screenshot

Factores ecológicos

En España aparece por primera vez y así se plasma en la Constitución de 1978 la preocupación por el Medio Ambiente¹⁴. Es por ello que el Artículo 45 de dicha Constitución declara que todos tienen el derecho a disfrutar de un medio ambiente adecuado para el desarrollo de la persona, así como el deber de conservarlo. Además, Los poderes públicos velarán por la utilización racional de todos los recursos naturales, con el fin de proteger y mejorar la calidad de vida y defender y restaurar el medio ambiente, apoyándose en la indispensable solidaridad colectiva. Para quienes violen lo dispuesto en el apartado anterior, en los términos que la ley fije se establecerán sanciones penales o, en su caso, administrativas, así como la obligación de reparar el daño causado.

En el municipio de Benicarló, tal y como nos cuenta Don Jaume Vilanova Batalla¹⁵, técnico del Área del Medio Ambiente y participación ciudadana, tanto las empresas existentes como las de nueva implantación están sujetas al marco normativo sectorial. *“Tenemos como instrumentos de intervención ambiental los previstos en la Ley 6/2014, de 25 de julio, de prevención, calidad y control ambiental de actividades en la Comunidad Valenciana, además del resto de normativa ambiental y urbanística en las que normalmente se incluye un disposición transitoria por la que progresivamente deben adaptarse”*.

Actualmente, no cuentan con estudios ni datos al respecto acerca de cómo afectan a la localidad los factores del cambio climático pero se encuentran a la espera del desarrollo de las estrategias en esta línea por parte de las administraciones supramunicipales.

En cuanto a las probabilidades de sufrir desastres naturales, se trabaja sobre este campo principalmente en el ámbito urbanístico. Los códigos de la edificación¹⁶ introducen factores de ponderación en los dimensionados de las estructuras de los edificios. En dicho municipio son bajos, excepto el de incendios que es de publicación diaria en la web del 012.

¹⁴ Constitución Española: Capítulo III, Artículo 45.

¹⁵ Entrevista de fuente propia realizada el 26 de mayo de 2017.

¹⁶ Marco normativo que establece las exigencias que deben cumplir los edificios en relación con los requisitos básicos de seguridad y habitabilidad establecidos en la ley 38/1999 del 5 de noviembre, de ordenación de la edificación (LOE).

La Ley 6/2014 del 25 de julio, de prevención, calidad y control ambiental de actividades en la Comunidad Valenciana y reglamentos que la desarrollan, es la que regula la actividad de las empresas de Benicarló en este terreno, sobre todo si el negocio mantiene un contacto directo con los recursos naturales o materias primas.

Factores legales

Antiguamente se prohibía a los abogados realizar publicidad, regulado en el artículo 31 del antiguo Estatuto General de la Abogacía el 24 de julio de 1982. Esta prohibición se integró en las normas deontológicas aprobadas por la Asamblea de Decanos del 28 y 29 de mayo de 1987. Estas limitaciones se basaban en la discrepancia del factor de comercialización con la seriedad, respeto y protocolo que debía presidir la práctica de abogacía.

Tras los años, se implantó el principio de libre competencia (libertad de mercado para los empresarios y libertad de elección para los consumidores), por lo que tuvieron que adaptarse a este nuevo principio y suprimir la mayor parte de las prohibiciones de la publicidad a la abogacía, ya que la prohibición suponía una restricción a la libre competencia.

En 2001, el Estatuto de la Abogacía de España otorga al abogado un reconocimiento a la hora de realizar publicidad de sus servicios siempre que ésta sea veraz, leal y esté realizada de forma digna. Otra excepción es que no incite al enfrentamiento y disputa entre las personas, ni revele información confidencial como mostrar el nombre de clientes. Además tampoco puede ofrecer servicios a víctimas de accidentes ni prometer resultados.

Todo esto queda registrado en el artículo 7 del código deontológico de la abogacía:

“Artículo 7.- De la publicidad

1. El abogado podrá realizar publicidad, que sea digna, leal y veraz, de sus servicios profesionales, con absoluto respeto a la dignidad de las personas, a la legislación existente sobre dichas materias, sobre defensa de la competencia y competencia desleal, ajustándose en cualquier caso a las normas deontológicas recogidas en el presente Código y las que, en su caso, dicte el Consejo Autonómico y el Colegio en cuyo ámbito territorial actúe.

2. Se entiende que vulnera el presente Código Deontológico, aquella publicidad que comporte, entre otros supuestos:

- a) Revelar directa o indirectamente hechos, datos o situaciones amparados por el secreto profesional.
- b) Afectar a la independencia del abogado.
- c) Prometer la obtención de resultados que no dependan exclusivamente de la actividad del abogado que se publicita.
- d) Hacer referencia directa o indirectamente a clientes del propio Abogado que utiliza la publicidad o a asuntos llevados por éste, o a sus éxitos o resultados.
- e) Dirigirse por sí o mediante terceros a víctimas de accidentes o desgracias que carecen de plena y serena libertad para la elección de abogado por encontrarse en ese momento sufriendo una reciente desgracia personal o colectiva, o a sus herederos o causahabientes.
- f) Establecer comparaciones con otros abogados o con sus actuaciones concretas o afirmaciones infundadas de auto alabanza.
- g) Utilizar los emblemas o símbolos colegiales y aquellos otros que por su similitud pudieran generar confusión, ya que su uso se encuentra reservado únicamente a la publicidad institucional que, en beneficio de la profesión en general, sólo pueden realizar los Colegios, Consejos Autonómicos y el Consejo General de la Abogacía Española.
- h) Incitar genérica o concretamente al pleito o conflicto.
- i) Utilizar medios o expresiones, audiovisuales o escritos que supongan un descrédito, denigración y menosprecio de la Abogacía, de la Justicia y de sus símbolos.
- j) No identificar al Abogado o Bufete Colectivo que ofrece sus servicios.
- k) Utilizar medios o contenidos contrarios a la dignidad de las personas, de la Abogacía o de la Justicia.”

El Consejo General de la abogacía, es el órgano central que aglutina a los distintos Consejos Autonómicos de abogados, en la Comunidad Autónoma Valenciana sería el Consejo Valenciano de Colegio de Abogados, que así mismo se adherían los Colegios Provinciales de Castellón, Valencia y Alicante. Las leyes que delimitan los límites de la publicidad a los abogados colegiados en los distintos Colegios vienen centralizadas desde la central de la abogacía, marcan el techo; Las distintas delegaciones inferiores lo que hacen es regular el uso de la publicidad sin sobrepasar los límites referidos. Así, para un abogado colegiado en la provincia de Castellón (Ilustre Colegio de Abogados de Castellón -

ICACS) su normativa con respecto a la publicidad vendría reflejada en el Código Deontológico y Estatutos colegiales.

Actualmente, hay muchos bufetes que no han sabido sacarle partido a estas aprobaciones, pues la publicidad de los abogados es muy típica, incluso en el diseño de su identidad visual corporativa ya que la gran mayoría utiliza la balanza de la justicia como logotipo. En cambio, una minoría se ha adaptado a estos cambios y ha arriesgado consiguiendo diferenciarse de los demás. Destacamos los bufetes Ontier, Garrigues o Arriaga Asociados.

Por otro lado, se han investigado que los delitos que más se repiten en la localidad de Benicarló, son robos relacionados con el sector de la agricultura pues es una zona con muchos cultivos. Sobre todo, en temporada alta de cada cultivo, por ejemplo, aumentan mucho estos robos durante la campaña del melón de moro que se inicia a principios de junio, como comenta en una rueda de prensa Don Juan Domingo Roca Prats, concejal de Agricultura de Benicarló.¹⁷

Otro de los delitos que se repite en la zona, es la explotación laboral en temporada de verano, puesto que es una zona muy turística y las empresas se suelen aprovechar de los trabajadores, cosa que estos pasan por alto la mayoría de veces. Es por ello, que muchas personas trabajan sin contrato, cobrando un sueldo indignante y superando el máximo de horas laborales. También destacan delitos como la caza ilegal, robos en edificaciones rurales y temas relacionados con los vehículos (papeles que no están en regla) subraya el jefe de Policía Local Don Agustín Parra Soria en la radio de Benicarló.

Por último, otro de los delitos más frecuentes y no por ello menos importante que se ha detectado es el de violencia de género. En Castellón ciudad una de cada cuatro detenciones realizadas en el pasado año han sido por violencia de género.¹⁸ Además, si se analiza a nivel provincial, según los datos del ministerio de igualdad, en el año 2016 ha

¹⁷ Noticias canal 56, apartado de política, rueda de prensa de la Regidora de Agricultura y Gobernación, 2 de junio de 2017.

¹⁸ El Mundo, Sección de Sociedad, 13 de febrero de 2017.

habido más de 700 mujeres que han sufrido este tipo de violencia a diario, aparte de registrarse más de 4 denuncias diarias, dato más alto desde el 2013.¹⁹

1.6. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No especialización • No hacen publicidad • Poca presencia en el medio online • Poca repercusión de la marca personal • Página web débil y sin seguimiento de datos analíticos • Ser una sola persona abarcando todos los tipos de derecho (penal, civil...) • No cobrar las consultas o cobrarlas muy económicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia fuerte • Crisis actual • Bufetes grandes que abarcan todo • Lentitud de la justicia a la hora de resolver casos • Localizarse en un pueblo, donde todo el mundo se conoce y tiene sus lazos de confianza ya creados • Desconocimiento del léxico técnico que se utiliza en el ejercicio de la abogacía.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia como policía local y como concejal, por ello, su profesionalidad en el derecho penal • Óptima localización • Contar con familiares dedicados a la asesoría de empresas • Interés por estar al día, por renovarse mediante cursos, charlas • Público interno de confianza, familiar • Buen posicionamiento SEO 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas empresas como posibles clientes • Publicidad de abogacía poco explotada • Facilidades que te ofrece el medio online • Mercado por desarrollar en sentido de la comunicación • Nuevas relaciones y nuevos contactos • Crear contenido novedoso

¹⁹ Cadena Ser, Radio de Castellón, 30 de mayo de 2017.

1.7. Competencia y posicionamiento

Competencia

Benicarló es una localidad donde hay un amplio número de despachos relacionados con el sector de la abogacía, esto se puede comprobar tras buscar en google “Despachos de Abogados Benicarló”. El análisis se centrará en aquella competencia que cuenta con una página web o que posee redes sociales, ya que se cree conveniente para este proyecto, puesto que es una competencia directa y fuerte en este sector al tener en cuenta la presencia online. Entre ellas destacamos:

Parquer Abogados²⁰: Se define por ofrecer un trato directo, discreto y personalizado, basándose en sus más de 15 años de experiencia en el ámbito civil y penal. Por ello se centran en el derecho civil general (derecho de familia, derecho inmobiliario, derecho mercantil, etc.) y en el derecho penal (defensa en juicios penales, asistencia al detenido, etc.). Su página web es sencilla e incompleta, ya que le falta información como misión, visión y filosofía. Además muestran enlaces a redes sociales, dando a entender como que tienen un perfil/página y resulta ser que es para que desde tu propia cuenta compartas el enlace de su página web. En cuanto a su identidad visual corporativa, como podemos observar abajo en el logotipo, no es nada atractiva y apenas se visualiza el nombre de la empresa. Su precio fijado por consulta son 60€.



Antonio Luis Arín Compte²¹: Este despacho no paga dominio web, como vemos utiliza la plataforma blogspot, sin embargo es una de las webs más completas y visuales que se han encontrado. Se trata de un despacho multidisciplinar con una experiencia en el sector de más de 25 años. Su objetivo principal es conseguir la satisfacción de cada uno de los clientes asegurando un servicio personalizado, basándose siempre en la

²⁰ <http://www.parquerabogadosbenicarlo.com/>, 18 de junio de 2017.

²¹ <http://arincompteabogados.blogspot.com.es/p/equi.html>, 18 de junio de 2017.

profesionalidad y el trato personal. El compromiso que tienen con el cliente es el de un trabajo constante, riguroso y de calidad aprovechando de tal forma las nuevas tecnologías. Su despacho se centra en el Derecho civil, Derecho penal, Derecho laboral y Derecho administrativo. A parte de todo esto, podemos encontrar en su sitio web un apartado llamado “blog” en el que muestran ejemplificaciones de casos reales y como se debe y puede actuar ante algunas situaciones. También se puede observar el *currículum* de los integrantes del bufete de abogados. Además cuenta con una página en Facebook seguida por 494 personas, aunque cabe añadir que no hay interacción en sus publicaciones por parte del usuario. En cuanto a la identidad visual corporativa, cuida su imagen, utilizando siempre los mismos colores corporativos, su logotipo es diferente y transmite seriedad. Si la consulta se puede resolver en el momento y no es extensa es gratuita, pero sino rondaría los 50-60€.



Asesoría Jurídica Fabregat Abogados²²: La asesoría jurídica Fabregat Abogados se trata de un despacho que está especializado en derecho administrativo, urbanístico, derecho civil y mercantil, aun así se han incorporado con los años en áreas de asesoría jurídica, derecho inmobiliario, derecho penal, derecho de familia y derecho laboral. Se caracteriza por ofrecer un servicio basado en el factor humano, la cercanía y comprensión de los problemas legales cotidianos. Se trata de una página bastante completa de información, incluso podríamos decir que excesiva, en el sentido de que hay mucha letra y te cuesta ponerte a leer, además de ello debemos añadir que tiene demasiados tecnicismos que puedan impedir al público objetivo entender lo que nos quiere decir. Cuentan con una página en Facebook seguida por 131 personas, aun así tienen un poco más de interacción respecto al anterior despacho. En cuanto a la identidad visual corporativa, cuidan su imagen y poseen un logotipo diferente que transmite seriedad y

²² <http://www.fabregatabogados.com/>, 18 de junio de 2017.

equilibrio. Su precio establecido por consulta son de 75€, la cifra más elevada respecto al resto de la competencia.



BSL Grup Consulting²³: Esta empresa se dedica a diferentes proyectos nacionales e internacionales. Cuenta con un bufete de abogados desde 1990, el cual se centra en las áreas de urbanismo-inmobiliario asesorando en temas mercantiles y de empresas con abogados especializados en desarrollo de infraestructuras públicas y privadas. Se caracterizan por ofrecer un servicio permanente, asesorar “firmas” en notarías y realizar gestiones de Registros y subsanaciones registrales y por defender al cliente en un amplio abanico en la jurisdicción civil. En cuanto a la identidad visual corporativa contienen un logotipo muy sencillo y elegante, pero al tratarse de un grupo que lleva varios temas, a primera vista no te da la sensación de que lleven temas relacionados con la abogacía. Por último, no cuentan con ningún tipo de red social. Inicialmente no tienen precio estipulado de primera consulta y habitualmente es gratuita debido que la misma es únicamente para determinar el fondo del asunto.



Asesoría Jurídica Gamella & Rovira Asociados²⁴: Esta asesoría no cuenta en sí con una página web, pero sí que cuenta con perfil en Twitter y página en Facebook. En la primera red social cuenta con un total de 187 seguidores pero sin embargo no cuenta con ninguna interacción a pesar de que si postea con frecuencia. En la página de Facebook le siguen solamente 33 personas, y en las publicaciones apenas tiene reacciones. Al no contar con una página web, deducimos que no tiene una imagen definida, y tampoco hacer saber a qué tipo de derecho se dedica. Lo único que podemos extraer de sus redes sociales es que están desde el año 2014 y que no tienen un público muy amplio. El logotipo

²³ <http://bslgrup.com/abogados>, 18 de junio de 2017.

²⁴ <https://twitter.com/gamellaj>, 18 de junio de 2017.

que tienen es la típica balanza que se usaba mucho antes y con un diseño poco profesional. Las consultas tienen un precio fijo de 60 euros, aunque en el caso de llevar ellos el caso, la primera consulta sería gratuita.



Posicionamiento

Posicionamiento perceptual

El despacho *Soriano Abogado* tiene una muy buena ubicación ya que se encuentra en pleno centro de Benicarló, a diferencia de los demás. Por tanto, la gente de la localidad lo ve como un despacho de fácil acceso al situarse además en una planta baja.

En cuanto a sus instalaciones, como se observa en las fotografías, el despacho es un local amplio y acogedor, pues cuenta con todas las comodidades que a un cliente le puedan surgir. Posee una sala de espera con sillas para que el cliente pueda acomodarse mientras espera la consulta o cita con el letrado, donde se encuentra la secretaria. Esta sala principal tiene unas tonalidades más fuertes que el resto del despacho ya que está pintada con un tono rojo burdeos que transmite modernidad, a diferencia de las demás paredes que cuentan con tonos beige o grises.



Ilustración 8 Fuente propia



Ilustración 9 Fuente propia

El despacho del letrado está pintado con tonos claros que aportan luminosidad y amplitud al espacio, lo que crea un ambiente muy armónico y acogedor. Además, como se observa nada más entrar tiene una gran cantidad de diplomas distribuidos en las paredes lo que transmite seguridad y experiencia a la hora de confiar en el abogado.



Ilustración 10 Fuente propia

Por otra parte, hay otro despacho con los mismos tonos aunque con un espacio más reducido en el que se encuentra actualmente el detective privado.



Ilustración 11 Fuente propia

Un plus que posee el despacho es su sala de reuniones, con una amplia mesa la cual está rodeada por varias sillas, otros asientos de más y una pizarra magnética dónde poder esquematizar los casos para que el cliente tenga un apoyo visual aparte de sonoro.



Ilustración 12 Fuente propia

Aunque sus instalaciones son óptimas, la gente ve el despacho como cualquier otro, ya que no ha empleado una estrategia con un valor diferencial que le diferencie del resto.

Por último, cabe añadir que para tener una consulta en los demás despachos de la competencia tienes que pedir cita para un día y una hora determinados, en cambio, en el despacho Soriano Abogado si un cliente o futuro cliente quiere disponer de una visita o

servicio con el abogado, este llega al despacho, solicita hablar con el Letrado y habla con el Letrado al momento. Es por esto, que el cliente ve al despacho a diferencia del resto más cercano y accesible.

Posicionamiento estratégico

Creemos conveniente posicionar a Soriano Abogado como un despacho que transmite seguridad, confianza y experiencia, partiendo de la base de que cuenta con 15 años como policía local en la localidad de Benicarló. Tras tantos años trabajando al servicio de la ciudadanía, tiene mucha más información sobre todo aquello que tenga que ver con el derecho penal. Por tanto, la gran experiencia en estos temas será su ventaja competitiva frente a los demás abogados.

Este derecho, según el código penal²⁵ define los delitos graves y delitos leves que supone una conducta que merece ser sancionada por parte del poder coactivo del Estado. Este poder coactivo se aplica cuando se llevan a cabo las conductas establecidas en el código, y suponen la aplicación de una pena. Hay mucha gente que piensa que el código penal hace solamente referencia a robos y asesinatos, y hay muchas más cosas incluidas en él, como la violencia de género, accidentes de tráfico, intrusiones, espionaje industrial, etc. También hay que saber diferenciar el delito leve, conocido antiguamente como falta del delito grave.

Entendemos por delito leve aquella conducta tipificada en la ley, contraria al derecho y culpable, pero debido a su menor gravedad respecto al delito grave, sus penas serán menores, ya que sus consecuencias no son las mismas. Por tanto, este delito no incumplirá una pena de cárcel y será sancionada con penas de trabajo en beneficio de la comunidad, multas o una simple localización por un corto período de tiempo.

Por delito grave se entiende aquella conducta tipificada en la ley, contraria al derecho y culpable, que a diferencia del leve, sus consecuencias son más graves, ya que causan un daño material sobre el bien jurídico protegido, por lo que será sancionado con castigos más fuertes, como la privación de la libertad.

²⁵ Código Penal y legislación complementaria, actualizada el 3 de noviembre de 2016.

El hecho de haber sido policía local implica tener unos valores como son la transparencia, la lealtad, la integridad, la ejemplaridad, la dignidad de la persona humana, y la responsabilidad, los cuales implican estar al servicio de los demás, un gran compromiso con la sociedad y desempeñar el trabajo con una gran dedicación. Por ello, quiere transmitir esa seguridad y protección que tiene cualquier policía ante la ciudadanía, y traduciéndolo a la abogacía, esa necesidad de querer ayudar a las personas ante cualquier problema legal que les pueda surgir.

1.8. Mapa de públicos actual

PÚBLICO INTERNO

- Secretaria a media jornada
- Detective privado en colaboración
- Asesor fiscal y gestor laboral
- Webmaster

PÚBLICO EXTERNO

- Medios de comunicación
 - Periódicos locales, cormacales o provinciales
 - La veu de Benicarló
 - Set dies Benicarló
 - Periódicos nacionales
 - Revistas especializadas
 - Revista Abogados
 - Radios locales
 - Radio Benicarlo
 - Canal 56
 - Emisoras locales de la Cadena Ser, La cope
- Clientes
 - Personas físicas
- Instituciones públicas
 - Administraciones locales, provinciales y de Comunidad Autonoma
 - Ayuntamiento de Benicarló
 - Ayuntamientos provinciales donde se presenten reclamaciones

- Ayuntamiento del ámbito comarcal
- Colegio de Abogados de Castellón
- Consejerías de cada comunidad Autónoma
- Juzgados y tribunales de la organización territorial a la que pertenece el Colegio de Abogados de Castellón
 - Juzgados de Vinaroz y Castellón
 - Juzgados de Valencia
 - Tribunales existentes en Madrid (Tribunal Supremo o Tribunal Constitucional)
- Política nacional

2. Diagnóstico

Nos encontramos en un momento crítico para cualquier tipo de negocio, ya que las consecuencias de la crisis aún están muy presentes en Benicarló. Aun así hay una gran oportunidad en el sector de la abogacía ya que no se ha explotado mucho en cuanto a temas de publicidad. Tras analizar el entorno, la competencia y realizar un DAFO, hemos encontrado los siguientes problemas:

- *Soriano Abogado* no tienen una imagen de marca ni un posicionamiento diferenciado en relación con su competencia.
- La gente que acude, es gente de clase media-baja la cual cuenta con pocos recursos económicos porque aún sufren las consecuencias de la crisis, por lo que no se realiza un pago justo por el servicio que se ofrece. Únicamente cobra diez euros por consulta cuando su competencia tiene las consultas rondando los 60 euros.
- A pesar de tener un local muy céntrico, no es un despacho al que acuda mucha gente, cosa que está relacionada con el público objetivo actual que tienen, ya que apenas disponen de recursos económicos.
- No hacen apenas uso de las nuevas tecnologías para darse a conocer, sí que dispone de página web pero es poco visitada y no interactúa con el usuario. Apenas tienen presencia en redes sociales, únicamente página en Facebook.

A pesar de estos problemas se ha detectado una ventaja competitiva muy potente de la que carece la competencia. Este valor diferencial es la gran experiencia que posee el

Letrado Ramón Soriano al haber trabajado 15 años como Policía Local protegiendo a la ciudadanía, además de 4 años como concejal de Benicarló en temas de seguridad ciudadana. Por ello, nuestra propuesta para solucionar los problemas, es destacar esta ventaja y diferenciar su imagen personal del resto, transmitiendo así los valores de seguridad, experiencia y confianza.

BLOQUE III: Plan de Comunicación Estratégico

1. Objetivos de marketing, comunicación y publicidad

OBJETIVOS DE MARKETING:

- Dar a conocer la nueva imagen del despacho.
- Incrementar la cuota de mercado y de facturación.
- Llevar tráfico tanto a la web como a las redes sociales.
- Aumentar la comunidad de seguidores.

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN:

- Alcanzar un nuevo público con más recursos económicos.
- Posicionar y diferenciar la empresa de una gran competencia.
- Crear una marca personal potente partiendo de la ventaja competitiva.
- Concienciar de la importancia que tiene tener a una persona de confianza que te ayude en tus problemas.
- Concienciar de la seguridad y experiencia que te ofrece *Soriano Abogado* con sus servicios.

OBJETIVOS DE PUBLICIDAD:

- Hacer que el target estratégico elegido sea uno de los públicos potenciales de la empresa de abogados.
- Lograr que el target estratégico sea prescriptor del despacho para que recomienden el servicio ofrecido.

2. Target estratégico

La estrategia se dirigirá a un público que busca superarse cada vez más y progresar en la vida, personas que no dejan pasar por alto ningún detalle, personas que no se conforman fácilmente con cualquier resultado, sino que quieren conseguir el mejor. Son personas positivas y luchadoras, que cuando tienen un objetivo en mente, hacen lo posible para llevarlo a cabo, siempre buscando unos óptimos resultados. Personas que intentan prevenir todos los riesgos para tener el control de la situación. Cuando de temas legales se trata, valoran por encima de todo la experiencia y la especialización para poder informarse bien y así sentir la seguridad de que se van a prevenir y solucionar los problemas.

Esta actitud, se puede ver en dos tipos de público:

Por una parte, en las empresas, las cuales quieren prosperar y superarse día a día. Además, estas cuentan con recursos económicos suficientes para realizar un pago justo del servicio, uno de los objetivos que el anunciante quiere conseguir. Son empresas que quieran adoptar determinadas conductas y comportamientos para prevenir situaciones que pueden derivar en delitos, y que si se da la situación, contar con ese abogado de confianza especializado en este tipo de derecho, que conoce a la perfección los delitos y sus sentencias para poder solucionar cualquier problema legal que pueda surgir.

Y por otro lado, están a las personas físicas, también con la misma actitud, que pueden ser objeto de delitos como por ejemplo los relacionados con el tráfico, los robos, violencia de género, etc. Personas que sienten la necesidad de saber cómo actuar en cada momento y que buscan informarse mediante un profesional con una gran experiencia en el sector del derecho penal para que les pueda resolver sus asuntos.

Se ampliará el mapa de públicos a las empresas y personas físicas, tanto las residentes en Benicarló como posibles personas que aunque no sean residentes vengán a la localidad o a los alrededores y tengan problemas legales provenientes de delitos leves o graves. Nos centraríamos a la hora de lanzar la estrategia en la provincia de Castellón, concretamente de los municipios Benicarló, Peñíscola, Vinaroz, Alcossebre, Torreblanca y Alcalá de Xivert aunque sin despreciar a ningún tipo de posible cliente que venga de otro lugar.

3. Estrategia

La estrategia se centrará en mostrar que los años de experiencia de Soriano Abogado te ofrecen una seguridad incomparable, puesto que como se ha explicado en el posicionamiento estratégico, estos valores serán los que marquen la diferencia.

Partimos del *insight* encontrado en las encuestas realizadas y que comparte nuestro público objetivo, prefieren informarse y conocer casos reales que les puedan ayudar a tomar las medidas necesarias si se da la situación antes que no saber cómo actuar. Este *insight* se traduce en la frase “Más vale prevenir que curar”, ya que es un refrán que advierte que siempre es preferible tomar las precauciones necesarias para evitar una situación desagradable o indeseable, que vivirla.

En este sentido, el target estratégico muchas veces no puede aplicar estas medidas debido a la desinformación que existe acerca de lo que es delito o no ya que son temas complicados para personas que no entienden de abogacía. Es por esto, que dichas personas necesitan de un profesional cualificado como Ramón Soriano, con experiencia en el sector, que les transmita seguridad y les pueda informar y ayudar de la manera más óptima.

4. Eje y concepto estratégico

Eje: “La seguridad de la experiencia”

Claim: Soriano Abogado, “Agente con toga”

Concepto: “Agente con toga”

Se materializará el eje entorno al concepto “Agente con toga” sobre el cual girará la campaña, haciendo referencia con la palabra agente a su gran experiencia como policía local, ya que como se ha comentado estuvo 15 años ofreciendo seguridad y protegiendo a la ciudadanía de Benicarló, detectando y previniendo delitos así como otras actividades dirigidas al cumplimiento de la ley y el orden. Por ello, Ramón Soriano es un agente que ahora lleva toga, el elemento más característico de un abogado, su señal de identidad. La toga es una túnica larga de color negro que todos los profesionales del derecho tienen la obligación de llevar durante las sesiones judiciales. El agente con toga representa todos los años de experiencia escondidos bajo esa indumentaria.

5. Fases estratégicas y acciones

FASE I:

Objetivo: Dar a conocer el nuevo posicionamiento y la ventaja competitiva.

ACCIÓN I: Realizar un Manual de Identidad Corporativa con el nuevo logo diseñado exclusivamente para Soriano Abogado. La finalidad de esta acción es cambiar la imagen del despacho para que esté acorde con el nuevo posicionamiento.



El logotipo actual está formado por una balanza en forma de estatua de la libertad representando a la justicia, seguidamente del nombre de la empresa Soriano Abogado. El color corporativo es el negro, asociado a la seriedad y elegancia. La figura de la balanza en los logotipos de despachos de abogados es algo muy cotidiano, por lo queremos modificar la identidad visual corporativa para lograr transmitir la nueva imagen y valores con la que se quiere posicionar a Soriano Abogado: seguridad, confianza y experiencia.

Nueva propuesta de logotipo:



Ilustración 13 Fuente propia

Se propondrá un nuevo logotipo que transmita dichos valores, está formado por una placa que representa al cuerpo de policía donde en el centro aparece la inicial del nombre de la empresa y de su apellido. La tipografía para la “S” utilizada es *Olde English*, perteneciente a la familia gótica, es de escritura manual y su construcción se inspira en unas normas y reglas muy precisas. Se le relacionan con la época medieval, por lo que a través de esta tipografía queremos transmitir la experiencia que tiene el letrado en el sector. Es muy simple, visual y transmite elegancia. Para el nombre de la empresa se ha utilizado *Niagara Engraved*, en tonos negros, plateados y blancos. El negro según la psicología del color representa poder, prestigio, seriedad, elegancia valores relacionados con un despacho de abogados. El gris implica seguridad, fiabilidad, es el color del intelecto, el conocimiento y la sabiduría. El blanco simboliza pureza, confort y un nuevo comienzo, justamente lo que quiere hacer Ramón Soriano, darle un nuevo posicionamiento a su despacho para conseguir nuevos objetivos.

Formas alternativas en cuanto a los usos del logotipo:



Ilustración 14 Fuente propia

Se utilizará el logotipo propuesto inicial sobre fondos blancos o muy claros, mientras que en fondos de color o muy oscuros se utilizará el logotipo con el nombre de la empresa *Soriano Abogado* en blanco y la “S” de la placa transparente para adaptarse al color de fondo.

Nueva propuesta de tarjeta de visita creativa:



Ilustración 15 Fuente propia

ACCIÓN II: Rediseñar la página web en función de su nuevo posicionamiento, haciéndose notar claramente los valores diferenciales: seguridad, experiencia, confianza y su especialización en derecho penal. Se añadirá una nueva pestaña llamada “Agente con toga” en la web a modo de blog en la que el letrado compartirá nuevo contenido con *engagement* que pueda interesar al usuario. Además, debajo del logotipo se colocará el nuevo claim de la campaña: “Agente con toga” y se añadirán en la parte izquierda enlaces a las redes sociales Facebook y Twitter. Los colores corporativos que se utilizarán serán los mismos que los de la Policía Local, azul, negro y blanco. Se promocionará a través de las redes sociales que se han nombrado anteriormente.

Además, se detallará claramente el precio de las consultas ya que uno de los problemas detectados es que no recibe un precio justo por sus servicios al cobrar únicamente y no siempre diez euros por consulta. Por ello, se puntualizará que cada consulta serán 40 euros, aunque en el caso de que el letrado lleve el caso dicha consulta será gratuita.

ACCIÓN III: Creación de un canal de YouTube con el nombre de Soriano Abogado en el que se lanzará un video viral y se compartirá través de la página web www.sorianoabogado.es y en la página de Facebook con el hashtag #AgenteConToga.

En este video se realizará una metáfora con la empresa de abogados. La empresa de abogados se comparará con un antivirus que te ayuda a prevenir los posibles virus (delitos), y que como todo antivirus, si llega a suceder este será capaz de eliminarlo, de ayudarte a hacerle frente. Con este video queremos hacer una acción muy creativa que rompa con la publicidad tradicional de los abogados.

ACCIÓN IV: Crear una app llamada *Soriano Abogado*, en la que se puedan realizar consultas virtuales, pedir presupuesto sobre lo que te puede costar un caso concreto, ofrecer tarifas para las empresas y aportar contenido extra para aquellos clientes fieles. Con esto queremos fidelizar a los clientes. Pues se les facilita el hecho de poder tener una consulta sin tener que moverse de casa, ya que muchos clientes que quieren contar con la seguridad y experiencia que te ofrece *Soriano Abogado* no son residentes en la localidad de Benicarló por lo que desplazarse para una consulta puede que les sea más dificultoso. Además, desde que se realiza la consulta dentro de un horario marcado, se delimitará un tiempo de respuesta (24 horas), el cual si no se cumple se reembolsará el dinero. Con esto también queremos transmitir la confianza y el compromiso que ofrece el abogado. El precio de cada consulta serán 30 euros y te permitirá hacer la consulta con tu nombre de usuario o de forma anónima. Se promocionará en la página web y en las redes sociales Facebook y Twitter. La aplicación tendrá pasarela de pago, registro de usuarios, formulario de consulta, formulario de respuesta, y dos roles uno de cliente y otro de empresas. Con un historial de consultas para poder revisarlas y tenerlas todas archivadas.

Para promocionar dicha aplicación, se creará un *landing page* dentro de la web, que además ayudará a mejorar el posicionamiento SEO, para que los clientes puedan obtener más información. El *landing page* es una página de aterrizaje, la cual te redirigirá a un portal en el que se explicará con más detalle la app, y el cliente si lo desea podrá solicitar más información.



Ilustración 16 Fuente propia

FASE II:

Objetivo: Ofrecer al público objetivo información para prevenir situaciones.

ACCIÓN I: Promoción y realización de cursos de prevención de delitos que pueden darse lugar en las empresas y en las personas con turno de preguntas abiertas.

Se realizarán los siguientes cursos:

- **Curso de prevención contra estafas y fraudes en las empresas.** Se dirigirá este curso para prevenir algunos de los fraudes más temidos y más comunes en las empresas, fraudes en tesorería y en efectivo cometidos la mayor parte de las veces por empleados, los cuales, muchas veces quieren ser despedidos para cobrar la indemnización y el paro por lo que cometen delitos que las empresas no conocen. Además, fraudes en impuestos y seguros entre otros, así como los delitos

telemáticos, es decir, los que se cometen a través de Internet. El precio estipulado son 35 euros ya que el curso es dirigido exclusivamente a las empresas y tendrá una duración de dos horas.

- **Curso de prevención ante robos y hurtos.** Sobre todo, se quiere dirigir el curso al sector de la agricultura ya que en Benicarló, como se ha analizado, es uno de los delitos que más se repite y más preocupa al agricultor sobre todo en temporada alta. El precio estipulado son 20 euros, es un poco más económico que el anterior curso ya que nos dirigimos tanto a empresas como a personas físicas y se pretende que sea asequible para estas, tendrá una duración de dos horas.
- **Curso de prevención contra la violencia de género y clases de defensa personal.** Como se ha detallado en el PESTEL siguen habiendo muchos casos de este tipo de violencia física o psicológica, en la provincia de Castellón que podrían ser impedidos con este tipo de ayudas para prevenirlos. Se ha creído conveniente que el precio del curso sean 20 euros para que pueda estar al alcance de la mayoría del público, tendrá una duración de dos horas.

Todos los cursos serán realizados en la propia sala de reuniones perteneciente al despacho y las plazas de dichos cursos serán limitadas a veinte personas debido al espacio establecido.

Promoción de los cursos:

- **Curso de prevención contra estafas y fraudes en las empresas.** Se realizarán correos electrónicos creativos y llamativos que se enviarán a las diferentes empresas de la zona.
- **Curso de prevención ante robos y hurtos en la agricultura.** Se realizará mediante gráficas creativas distribuidas tanto en empresas grandes de agricultura como en pequeños comercios y zonas céntricas de Benicarló.

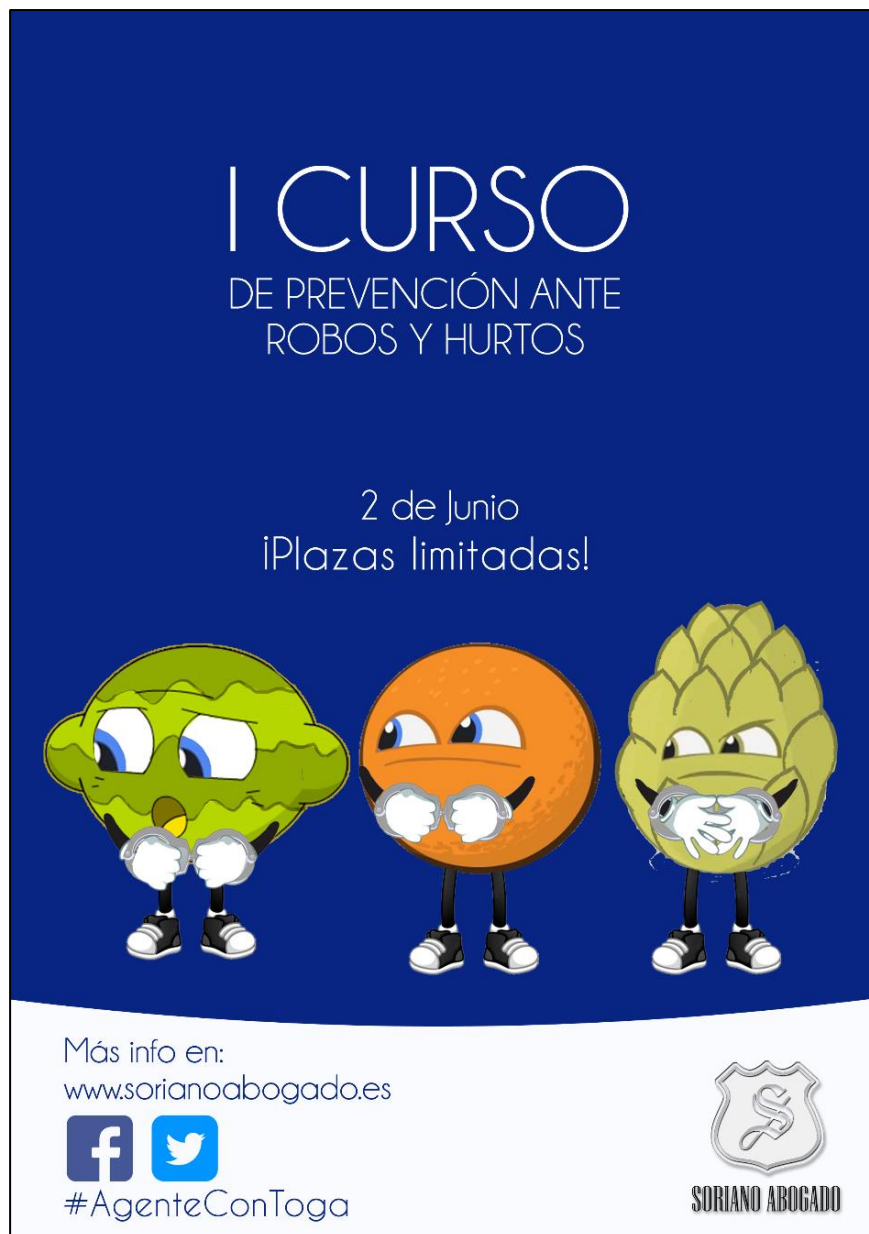


Ilustración 17 Fuente propia

- **Curso de prevención contra la violencia de género y clases de defensa personal.** Realizar una especie de teatro en el Mercado Central de Benicarló y delante de la Iglesia San Bartolomé donde se produzca una situación de violencia de género –habría que preparar un guion con sus respectivos subidas de tono, palabras malsonantes- donde la gente pueda observar que la situación se va de las manos, tanto que el hombre/mujer va a golpear a la pareja y esta lo evita debido a sus conocimientos en defensa personal. A continuación se explicaría que todo forma parte de un espectáculo y se repartirían panfletos en el que se promocionaría dichos cursos.



Ilustración 18 Fuente propia

Todos los cursos serán promocionados tanto en la página web como por las Redes Sociales Facebook y Twitter con el hashtag de la campaña **#AgenteConToga**.

ACCIÓN II: Lanzamiento de *tips*, consejos o pasos a seguir. A través de la red social Facebook y Twitter se lanzará una especie de encuesta una vez a la semana en la que el usuario podrá interactuar y elegir el tema que más le interese entre varias opciones. Posteriormente con el tema más votado se crearán los *tips* para el internauta pueda estar lo más informado posible y sea de gran interés para él. Con esto se creará contenido interactivo. Todos los Tweets y post en Facebook irán acompañados con el hashtag

#AgenteConToga.

ACCIÓN III: Tras un análisis realizado a más de 100 personas, se ha extraído que lo que más le interesa a la gente es conocer casos reales y como son solucionados para que si en algún momento les pasa a ellos sepan cómo reaccionar. Por ello, se realizarán vídeo *blogs* en los que el abogado explicará casos reales resueltos y ganados para transmitir que la experiencia consigue grandes resultados al cliente. Esto les transmitiría una gran seguridad y confianza. Los video blogs se publicarán en YouTube y serán compartidos en la página web y promocionados en Twitter y Facebook para conseguir así tráfico en la web además de notoriedad. Cada publicación irá acompañada con el hashtag de la campaña.

FASE 3:

Objetivo: Mantener una RSC y fidelizar a los clientes.

ACCIÓN I: Acción centrada en el tráfico. Mediante las redes sociales Facebook y Twitter postear los lugares más concurrentes de los accidentes, para lograr que los conductores y peatones que pasen por esa zona sean más precavidos y así reducir el número de accidentes.

Cada post irá acompañado de un contenido visual del tipo de accidente que puede ocurrir, así como de la zona. Esto hará que sea más atrayente para nuestro público. Además se utilizarán los hashtag *#TrafíConsejo* y *#AgenteConToga*.



Ilustración 19 Fuente propia

ACCION II: Vídeo blogs especial Festivos. Se lanzarían tres videos blogs para el Especial Fallas y para el Especial Fiestas Patronales Benicarló, las fiestas más destacadas de la localidad. Con esto se pretende empatizar con el público, ya que se les prevendrá de los delitos que más se cometen en estas semanas festivas y que tanto preocupan al ciudadano.

6. Timing

El plan de comunicación propuesto se realizará durante el año 2018.

FASE I:

ACCIÓN I: El Manual de Identidad Visual Corporativa se entregará completo el 3 de Enero de 2017 y así poder comenzar la campaña el 8 de Enero.

ACCIÓN II: La página web con su nuevo diseño y las ampliaciones se lanzará el 8 de enero de 2018 ya que finaliza el periodo navideño y comienza un año nuevo, con cambios para muchos y nuevos proyectos.

ACCIÓN III: Se lanzará el video viral el viernes 12 Enero a las 13h y se compartirá en Facebook, ya que según un estudio realizado por *QuickSprout*, una herramienta de análisis web y social media, los viernes tienen un rango horario con más uso de esta red social, además es la mejor hora para conseguir que el usuario comparta el contenido. Se publicará este video el segundo viernes cada dos meses a la misma hora para recordar a los clientes el nuevo posicionamiento y para informar a los nuevos clientes.

ACCIÓN IV: Se lanzará la nueva app de consultas virtuales el sábado 27 de Enero. Será la última acción de la Fase I por lo que se realizará una vez finalizadas las demás y se promocionará cada jueves durante el mes de Febrero mediante Facebook, Twitter y la Web.

FASE II:

ACCIÓN I:

- **Curso de prevención contra estafas y fraudes en las empresas.** Se realizará el 1 de Septiembre coincidiendo, para muchos españoles, con el regreso a la vida laboral tras las vacaciones del mes de Agosto. Es una fecha apropiada, ya que coincide con el inicio del nuevo curso, por lo que las empresas tendrán ganas de saber cómo evitar estos posibles delitos frente al nuevo año laboral. Se realizará una primera promoción mediante correos electrónicos a las empresas más oportunas los días 12, 13 y 14 de Junio. Después se hará promoción a través de las redes sociales y página web los días 11, 18 y 25 de Agosto mediante gráficas creativas, y por último se hará un recordatorio a través del e-mail los días 28, 29 y 30 de Agosto.
- **Curso de prevención ante robos y hurtos.** Se realizará el sábado 2 de junio ya que este mes es temporada de recogida del melón de moro en Benicarló. Se realizará de 17h a 19h ya que los sábados por la tarde la mayor parte de establecimientos y empresas están cerrados. Su promoción se llevará a cabo desde el 18 mayo al 1 de junio, siendo el tiempo que estos carteles estarán puestos en los lugares más céntricos de Benicarló y cerca de las empresas de la agricultura.

Además, también se promocionará por vía Facebook, Twitter y Web los días 12, 19 y 26, cayendo en los últimos tres sábados de Mayo, que al ser fin de semana hay más afluencia en la red.

- **El curso de prevención contra la violencia de género y clases de defensa personal.** Se realizará el sábado 24 de noviembre al ser el día anterior a la fecha Internacional de la violencia de género, puesto que este día cae en domingo. La promoción se realizará los días 13, 19 y 27 de Octubre a través de las redes sociales y la página web, coincidiendo en los dos últimos días con un pequeño teatro para captar la atención del público y posteriormente explicar de lo que se trata y repartir folletos.

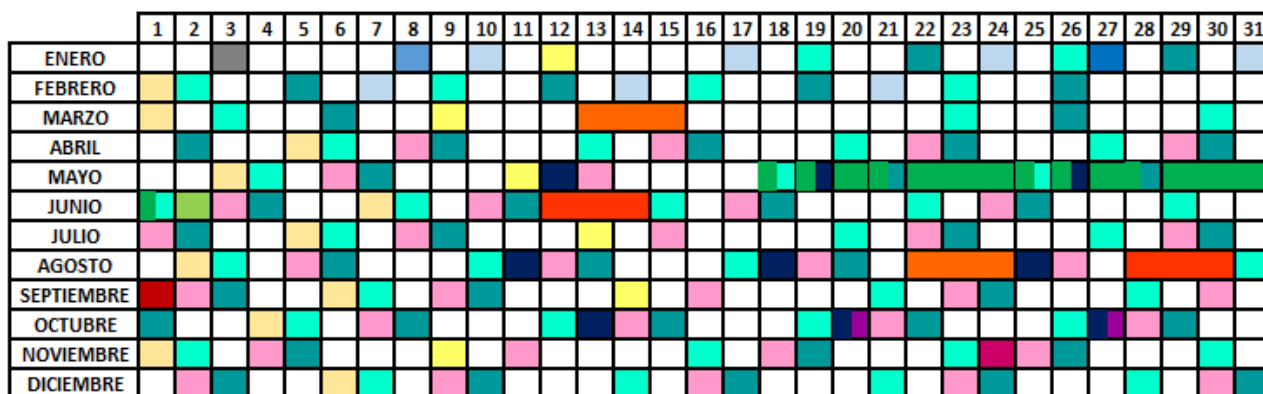
ACCIÓN II: Lanzamiento de *tips*, consejos o pasos a seguir. A través de la red social Facebook y Twitter. Los viernes de cada semana (a partir del viernes siguiente del primer lanzamiento del video viral) se lanzará la pregunta, exceptuando los viernes que se lancen el vídeo viral, y se responderá al lunes siguiente. También cabe añadir que los viernes que coincidan con los Video Blogs Especial Festivos no se realizarán.

ACCIÓN III: Creación de video blogs. El primer jueves de cada mes, a partir del mes de Febrero, ya que el jueves es uno de los días con mayor afluencia en Facebook.

FASE 3:

ACCIÓN I: Acción centrada en el tráfico. Se realizará cada domingo a partir del mes de abril y se publicará en las redes sociales.

ACCIÓN II: Video blog especial festivos “Fallas Benicarló y Fiestas Patronales Benicarló”. En la semana de fallas se realizarán los días 13,14 y 15 de Marzo y en la semana de fiestas patronales los días 22,23 y 24.



7. Presupuesto

QUÉ	PRECIO POR UNIDAD	CANTIDAD TOTAL	EMPRESA	TOTAL
Vídeo viral	450€	1	Editora Audiovisual Mediarec	450€
Vídeo Blogs	20€	17	<i>Freelance Alejandro Gutiérrez Rodríguez</i>	340€
Folletos A5 (Violencia de género)	0,12€	200	Copistería Alexgraft S.L Benicarló	25€
Carteles A1 (Robo o hurto)	6€	30	Copistería Alexgraft S.L Benicarló	180€

Creación de APP	1100€	1	Marc Feliu Tena <i>Freelance</i> at Marfel designs Benicarló	1.100€
Rediseñar Página Web	200€	1	Marc Feliu Tena <i>Freelance</i> at Marfel designs Benicarló	200€
Honorarios	700€/per sona	2	Gina Gómez Herrero Natalia Soriano Manero	1.400€
TOTAL PRESUPUESTO				3.695€

La creación del vídeo viral la realizará la empresa Mediarec (<http://www.mediarec.net/>), una empresa de Benicarló dedicada a la producción audiovisual desde el año 2002, que cobrará por la pieza audiovisual un total de 450€.

Los vídeos blogs sobre los casos reales y sobre especiales fiestas los realizará Alejandro Gutiérrez Rodríguez, un profesional *freelance* especialista en la edición de vídeos. Retendrá por cada vídeo 20€, por lo que el total serán a 340€.

La impresión de los folletos para la promoción de los cursos de prevención de violencia de género a tamaño A5 saldrán a 25€ el pack de 200 copias. Lo realizará la copistería Alexgraft S.L., situada en la localidad de Benicarló. Esta copistería también realizará la impresión de los carteles en formato A1 para la promoción del curso de prevención sobre robos y hurtos, la cual saldrá a 6€ la unidad, que al realizar 30 impresiones será un total de 180€.

Para la creación de la APP y para modificar la página web se contará con el profesional Marc Feliu Tena, un *freelance* residente en Benicarló que utiliza como nombre comercial Marfel designs (<http://marfeldesign.es/>). Este ha realizado un presupuesto detallado el cuál se ajuntará en el anexo III, y cobrará por la primera acción un total de 1100€ y por la segunda 200€.

BLOQUE IV: Conclusiones y Referencias

1. Conclusiones

La publicidad de abogados estaba totalmente prohibida hace dieciséis años y se creía que el sector legal seguía siendo extremadamente conservador en cuanto a temas de publicidad, comunicación y marketing. Nuestro proyecto partió de la premisa de que la publicidad de la abogacía, a pesar de estar tantos años abolida por la ley que la vedaba, seguía siendo tradicional y no aportaba creatividad, pues no se suele ver este tipo de comunicación en el día a día al igual que si de una marca de ropa o de refrescos se tratase. Tras investigar esta premisa se ha comprobado que no es del todo cierta.

Por una parte, se ha visto que sigue habiendo muchos despachos que continúan siendo reacios a comunicar su actividad, sin tener una clara diferenciación de imagen frente a la competencia y sin utilizar herramientas para atraer y fidelizar al cliente. Pero, por otra parte, hay despachos que rompen con este freno y apuestan por realizar grandes campañas de comunicación exitosas para diferenciarse frente a la gran competencia que existe actualmente en el sector. Este dato se ha observado también en la identidad visual corporativa, pues ya son muchos los que dejan atrás la imagen típica de la balanza en el logotipo para destacar los valores de su propia empresa.

Tras analizar el caso de *Soriano Abogado*, se ha observado que se inauguró hace nueve años, en plena crisis española. Ramón Soriano, el Letrado, consiguió abrir un negocio pese a los tiempos críticos en los que se encontraba la economía en toda España y sobre todo, consiguió mantenerlo hasta el momento para sacar adelante tanto el negocio como a su familia, aunque cabe añadir que los ingresos debido a este factor no fueron elevados. Es sorprendente que lograra sobrevivir frente a una situación crítica, frente al surgimiento de una competencia que crecía cada vez más y sin una estrategia de diferenciación que le posicionara y diferenciara del resto.

Llegados a este punto, aunque los indicadores digan que se ha superado la crisis, en la localidad de Benicarló donde se encuentra el despacho se siguen sufriendo las consecuencias. El Letrado, ha llegado a un punto en el que únicamente le quedan dos opciones, plantearse aplicar una estrategia de comunicación que logre cumplir sus objetivos

y consiga extraer un valor diferencial para posicionarse frente a la competencia o quedarse atrás en un sector tan apasionante y del cual se requieren tantos estudios para llegar donde está él.

Por ello, se ha planteado este plan de comunicación, en el que se ha descubierto su gran potencial y su ventaja competitiva, pues cuenta con muchos años de experiencia como Policía Local y como responsable de áreas relacionadas con la seguridad pública en el gobierno del municipio que los demás competidores no poseen. Ramón Soriano puede ofrecer al cliente una información y una resolución de casos relacionados con el derecho penalista más exitosa y completa al poseer estos años de experiencia. Además, es una persona con muchos estudios pues está constantemente actualizándose mediante cursos y conferencias para estar al día de todas las modificaciones que se realizan en el derecho. Se le define como un experto en abogacía con valores extraordinarios ya no sólo en lo profesional sino como persona, pues lo que más le ha motivado pese a la crítica situación y no abandonar es poder seguir ayudando a la gente y ofreciéndoles su confianza.

Con este plan de comunicación se explotarán sus valores distintivos de seguridad, experiencia y confianza para posicionar su imagen y conseguir que Ramón Soriano cabalgue esa ola perfecta con la que tanto ha soñado.

Conclusions

Advertising by lawyers was totally banned sixteen years ago, and it was believed that the legal sector remained extremely conservative regarding advertising, communication and marketing. Our project started from the premise that the advertising of the law, which was abolished by the law that prevented it, was still traditional and did not provide creativity since we do not usually see this kind of communication in everyday life. After investigating this premise, it has been proven that it is not true.

On the one hand, it has been seen that many law firms continue to be reluctant to communicate their activity, without having a clear differentiation of image from the competition and without using tools to attract and retain the customer. But, on the other hand, some offices break with this and bet on making great communication campaigns successful in differentiating against the great competition that currently exists in the sector. This fact has also been observed in corporate visual identity since many are leaving behind the typical image of the scale in the logo to highlight the values of their own company.

After analysing the case of Soriano Lawyer, it has been observed that it was set up nine years ago, in the middle of the Spanish crisis. Ramón Soriano, the Lawyer, managed to open a business despite the critical times in which the economy was in Spain and above all, managed to keep it up to date to get both, the business and his family, although it should be added that Income due to this factor was not high. It is surprising that he managed to survive in the face of a critical situation, in the face of the emergence of competition that grew more and more without a strategy of differentiation that would position and differentiate it from the rest.

At this point, although the indicators say that the crisis has been overcome, in the town of Benicarló, the office is still suffering the consequences. The lawyer has reached a point where there are only two options, one of them is to consider applying a communication strategy, to achieve its objectives and to extract a differential value to position itself in front of the competition. The other option is to be left behind in this sector and where so many studies are required to arrive where he is.

For this reason, this communication plan has been proposed, which has discovered its great potential and competitive advantage as it has many years of experience as a policeman and as responsible for areas related to public safety in the government of the municipality that the other competitors do not own.

Ramón Soriano can offer the client information and a resolution of cases related to the most successful and complete criminal law by having these years of experience. Also, he is a person with many studies because he is always updating himself through courses and conferences to keep abreast of all the changes that are made in the law. He is defined as an expert in advocacy with exceptional values not only in the professional but also as a person because what has motivated him most despite the critical situation and not abandon is to continue to help people and to offer them their trust.

This communication plan will exploit its unique values of security, experience and confidence to position its image and get Ramón Soriano to ride that perfect wave with which he has dreamed so much.

2. Web grafía

Abogados - BSL Grup. Disponible en: <http://bslgrup.com/abogados> (Accedido: 18 junio 2017).

Ajuntament de Benicarló - Principal. Disponible en: <https://www.ajuntamentdebenicarlo.org/> (Accedido: 3 mayo 2017).

Análisis PESTEL, una herramienta de estudio del entorno | Pascual Parada - Consultor de estrategia digital y de crecimiento. Mentor y formador para empresas y Startups. Disponible en: <http://www.pascualparada.com/analisis-pestel-una-herramienta-de-estudio-del-entorno/> (Accedido: 10 mayo 2017).

Asesoría jurídica Fabregat abogados. Disponible en: <http://www.fabregatabogados.com/> (Accedido: 18 junio 2017).

Benicarló, ciudad abierta al mar. Disponible en: http://www.turismodecastellon.com/626200_es/Benicarlo-ciudad-abierta-al-mar/ (Accedido: 10 mayo 2017).

Benicarló; Roda de premsa de la Regidoria d'Agricultura i Governació 02-06-2017 | Canal56 Notícies. Disponible en: <http://canal56.com/2017/06/benicarlo-roda-de-premsa-de-la-regidoria-dagricultura-i-governacio-02-06-2017/> (Accedido: 19 mayo 2017).

Bizzocchi, A. (2017). *Los Colores y su Significado | Ideas Marketing.* Ideaschicago.com. Disponible en: <http://www.ideaschicago.com/los-colores-y-su-significado/> (Accedido 10 junio 2017).

Bufete de abogados en Benicarló con Parquer Abogados. Disponible en: <http://www.parquerabogadosbenicarlo.com/> (Accedido: 18 junio 2017).

Congreso Disponible en: <http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/sinopsis/sinopsis.jsp?art=63&tipo=2>

(Accedido: 19 mayo 2017).

Cultura y tradiciones en España. Disponible en: <http://www.universia.es/estudiar-extranjero/espana/vivir/cultura-tradiciones/2890> (Accedido: 4 mayo 2017).

Despacho Arin Compte Abogados Asociados: EQUIPO. Disponible en: <http://arincompteabogados.blogspot.com.es/p/equi.html> (Accedido: 18 junio 2017).

Derecho tecnológico, un negocio de nicho con mucho futuro | Blog personal de Pablo Burgueño. Disponible en: <http://www.pablofb.com/pabloburgueno.com/2011/08/derecho-tecnologico-un-negocio-de-nicho-con-mucho-futuro/> (Accedido: 19 mayo 2017).

Diputación de Castellón. (2017). *Diputación de Castellón | Inicio.* Disponible en: <http://www.dipc.as/es/> (Accedido 20 mayo 2017).

Eleconomista.es. (2017). *La economía española recuperará en 2017 el tamaño previo a la crisis - elEconomista.es.* Disponible en: <http://www.eleconomista.es/economia/noticias/7536115/05/16/La-economia-espanola-recuperara-en-2017-el-tamano-previo-a-la-crisis.html> (Accedido 19 mayo 2017).

España recupera el PIB previo a la crisis tras una década perdida | Economía Home / EL MUNDO. Disponible en: <http://www.elmundo.es/economia/macroeconomia/2017/04/28/590250eee5fdea37558b463d.html> (Accedido: 19 mayo 2017).

Generalitat: Benvinguda. Disponible en: <http://www.gva.es/va/inicio/presentacion;jsessionid=GbkGZtRXq6X9Kv6yLQpgJvBwGYJLp1ZKW2p7dQpsXGyQQJSpThKp!1806670146!1496174903823> (Accedido: 4 junio 2017).

Gestión de la innovación tecnológica en el mundo empresarial del siglo XXI - Monografias.com Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos37/innovacion-tecnologica-empresarial/innovacion-tecnologica-empresarial.shtml> (Accedido: 4 junio 2017).

Guía de Atractividad Comercial de Benicarló. Disponible en: <http://atractividadbenicarlo.portaldelcomerciante.com/es/oferta-comercial> (Accedido: 27 mayo 2017).

Home · Noticias Jurídicas'. noticias.juridicas.com. Disponible en: <http://noticias.juridicas.com/> (Accedido: 4 junio 2017).

Idiomas y religiones en España | spain.info España. Disponible en: <http://www.spain.info/es/informacion-practica/consejos-viaje/consejos-practicos/idiomas-religion/> (Accedido: 27 mayo 2017).

Inici Disponible en: <http://actiben.com/ca/> (Accedido: 27 mayo 2017).

Javier, J. and Muñoz, M. 'LASTIs FACILITAN LA INNOVACION EMPRESARIAL EL ¿QUÉ?' Disponible en: http://www.etsist.upm.es/estaticos/catedra-coitt/web_socioeconomica/articulos/innovacionempresarial.pdf (Accedido: 10 junio 2017).

La Moncloa. 13/03/2017. Medio Ambiente [España/España Hoy 2015-2016/Medio Ambiente]. Disponible en: <http://www.lamoncloa.gob.es/espana/eh15/medioambiente/Paginas/index.aspx> (Accedido: 27 mayo 2017).

Los 10 mejores blogs de Abogados. Disponible en: <http://isdabogados.es/los-10-mejores-blogs-de-abogados/> (Accedido: 27 mayo 2017)

.I. TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN: IMPACTO EN LA COMPETITIVIDAD | banrepcultural.org Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/node/69886> (Accedido: 19 mayo 2017).

Ley. Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/2006/05/27/pdfs/A19944-19946.pdf> (Accedido: 4 junio 2017).

Lidia Zommer: "La compra de servicios jurídicos es un acto de fe"

Disponible en: <https://confilegal.com/20151116-lidia-zommer-compra-servicios-juridicos-acto-fe-15112015-1609/> (Accedido: 10 junio 2017).

Los bufetes españoles dan sus primeros pasos en publicidad. Disponible en: <http://www.expansion.com/juridico/actualidad-tendencias/2015/08/03/55bfb7ec46163f26788b458d.html> (Accedido: 10 junio 2017).

Noticias de Crónica de Benicarló - El Periódico Mediterráneo. Disponible en: <http://www.elperiodicomediterraneo.com/noticias/la-cronica-de-benicarlo/> (Accedido: 27 mayo 2017).

PIB de España - Producto Interior Bruto 2017 | datosmacro.com Disponible en: <http://www.datosmacro.com/pib/espana> (Accedido: 27 mayo 2017).

Publicidad de abogados: límites y recomendaciones. Disponible en: <http://marketingparaabogados.eu/la-publicidad-y-los-despachos-espanoles-comienza-el-coqueteo/> (Accedido: 4 junio 2017).

¿Por qué los abogados llevan toga? | QueAprendemosHoy.com Disponible en: <http://queaprendemoshoy.com/por-que-los-abogados-llevan-toga/> (Accedido: 16 junio 2017).

¿Qué es el Derecho Tecnológico? - Artico Consultores. Disponible en: <http://www.portalartico.es/que-es-el-derecho-tecnologico/> (Accedido: 27 mayo 2017).

¿Qué es SEO? | SEO y Análisis | R&A Marketing. Disponible en: <http://www.ra-marketing.com/que-es-seo.aspx> (Accedido: 18 junio 2017).

3. Bibliografía

Camps Ruiz, L. and Ramírez Martínez, J. (n.d.). *Derecho del trabajo*. 3rd Editorial TIRANT LO BLANCH.

Clarke, Adam. (2015) *Search engine optimization 2016: Learn SEO with Smart internet marketing strategies*. Editorial Simple Effectiveness.

Hoyuela, Paloma, Lázaro, Yolanda (2003) *Diccionario J. Walter Thompson. Comunicación, marketing y nuevas tecnologías*. Ediciones Ciencias Sociales. Madrid.

Johnsson, Jhans (1991) *La Gestión de la Comunicación*. Ediciones Ciencias Sociales. Madrid.

Kotler, Philip y Keller, Kevin (2012) *Dirección de marketing*. Decimocuarta edición. Editorial Pearson Educación. México.

Maciá Domene, Fernando y Gosende Grela, Javier (2015) *Técnicas avanzadas en posicionamiento en buscadores*. Editorial Anaya Multimedia.

Molero Alaya, Víctor Manuel (1995) *Publicidad, marketing y comunicación. Herramientas para la pequeña empresa*. Editorial ESIC. Madrid.

Nielsen, Jakob. Loranger, Hoa (2006) *Usabilidad. Prioridad en el diseño web*. Editorial Anaya Multimedia.

Noguera, José (2014) *Las claves para dominar el SEO*.

Orts Berenguer, E. and González Cussac, J. (n.d.). *Compendio de Derecho Penal Parte General*. 2ª Edición actualizada conforme a lo 5/2010: Editorial TIRANT LO BLANCH.

Santamaría Pastor, J. (n.d.). *Principios de Derecho Administrativo General*. 2nd Editorial IUSTEL.

Vázquez Iruzubieta, C. (n.d.). *Código Penal comentado*. 1st ed. Actualizado por las leyes orgánicas: 1/2015, de 30 de Marzo y 2/2015 de 30 de Marzo: Editorial ATELIER LIBROS JURÍDICOS.

4. Anexos

ANEXO I: ENTREVISTAS A POLÍTICOS DE BENICARLÓ

Conversación con Román Sánchez Mateu, séptimo teniente de Alcaldía y Concejal de Promoción Económica y Contratación en Benicarló. (3/06/2017)

“No creo que podamos decir todavía que ha pasado la crisis. En todo caso, ha pasado lo peor y es evidente que la situación mejora. En estos momentos es más fácil acceder al crédito de los bancos para crear o ampliar una empresa que hace unos años, de todas formas, incluso en el peor memento, ha habido empresas que se han adaptado muy bien.

Uno de los indicadores más claro de que la situación mejora, tanto a nivel de Benicarló, como del país en general, es la tasa de paro, que viene, poco a poco, disminuyendo en los últimos años, aunque todavía está muy lejos de los niveles pre crisis.

Un partido político no favorece a las empresas. El partido político presenta listas de personas a las elecciones con un programa, que es una relación de prioridades a realizar si las gana. Quien sí favorece a las empresas son las administraciones (local o Ayuntamiento, Diputación, Generalitat y Gobierno Central). Estas, tienen una dirección política que intenta poner en práctica su programa. El instrumento que tienen las administraciones para realizar sus acciones sobre empresas y personas es el presupuesto, que es el documento donde se recoge qué dinero se destina a cada cosa.

En cuanto a las empresas las diferentes administraciones realizan programas de formación para su personal, subvenciones para ayudar a la contratación, a la exportación, a la mejora de instalaciones,... y campañas informativas sobre ellas, entre otras cosas. En cuanto a las personas entre los más importantes hay formación también, orientación laboral

y planes de ocupación donde se ofrecen trabajos, básicamente a los colectivos más desfavorecidos.

Ejemplos de ayudas e incentivos a autónomos y empresas:

- Ayudas para autónomos y el autoempleo
- Capitalización del desempleo
- Ayudas a la innovación y a startups
- Financiación, créditos ICO, ENISA y microcréditos
- Bonificaciones en la cuota de autónomos
- Bonificaciones a la contratación de trabajadores
- Ayudas al comercio
- Subvenciones al desarrollo rural

Los ayuntamientos están obligados a colaborar entre ellos y con las administraciones superiores como diputaciones o gobiernos autonómicos. No hacerlo supondría perder muchas oportunidades. Por ponerte un ejemplo, los planes de empleo son mayoritariamente iniciativas de las diputaciones y las diferentes consejerías del gobierno de la Generalitat. No sumarnos a ellas en estos planes significaría perder puestos de trabajo para gente que ahora mismo está en el paro.

La política fiscal del ayuntamiento no se diferencia en mucho de la de cualquier otro. Los municipios son la administración pública más cercana a la ciudadanía, pero son también la administración que tiene menos capacidad para regular sus presupuestos. Una parte considerable de las finanzas de los gobiernos locales está regulada por Ley y por lo tanto no puede ser modificada por los municipios, sino por el Parlamento español. Así pues, los municipios tienen un margen limitado para decidir sobre sus políticas fiscales. A grandes rasgos encontramos:

-Impuestos: Los impuestos están estipulados por ley. Son tributos que se exigen sin ningún tipo de contraprestación directa a la ciudadanía. Según la Ley de Haciendas Locales, hay impuestos que los ayuntamientos deben aplicar obligatoriamente (IBI, IAE, IVTM), e impuestos potestativos, que los ayuntamientos pueden aplicar si quieren (ICIO,

IVTNU).

-Tasas, precios públicos y contribuciones especiales: Las tasas son tributos que los ayuntamientos imponen bien por utilización de la vía pública, bien a cambio de un servicio: las tasas (alcantarillado, cementerios, recogida y tratamiento de residuos, etc.). También precios públicos (de piscinas municipales, guarderías, etc.), pues, incluyen una contraprestación directa al contribuyente. Las contribuciones especiales se imponen a cambio de una inversión que beneficia directamente a las personas propietarias de los inmuebles de una zona, como la realización de obras públicas, o la ampliación de un servicio público.

Impuesto sobre bienes inmuebles (IBI)

Impuesto sobre Vehículos de Tracción Mecánica (IVTM)

Impuesto sobre la Actividad Económica (IAE)

Impuestos sobre Construcciones, Instalaciones y Obras (ICIO)

Impuesto sobre el valor de los terrenos de naturaleza urbana (IVTNU)

Algunos de los principales conflictos:

- Impuestos (la empresa siempre cree que paga demasiados)
- Ayudas (la empresa siempre cree que son pocas)
- Flexibilidad laboral
- Normativas medioambientales.

A lo que debemos tender es a diversificar el sector productivo, es decir, no tener empresas de un único sector y mejorar la calidad de nuestros productos. Esto sólo se puede conseguir invirtiendo en tecnología e innovación y aumentando la formación, tanto de las empresas como de los trabajadores. En otros países se puede producir más barato, así que si queremos ser competitivos y colocar nuestro producto en el mercado, no queda otra que producir mejor, con más calidad, con más innovación.”

Entrevista a Rosana Marzá Caldés, tercera teniente de Alcaldía y Concejala de Comercio, Turismo y Mercados en Benicarló. (2/06/2017)

Situación actual tras la crisis. ¿Es un buen momento para expandir o crear una empresa en la localidad?, reacción de los ciudadanos ante esto.

La situación ha sido francamente dura, de hecho la grave crisis que nos ha afectado a hecho cerrar muchas empresas, o si no ha obligado a cerrar empresas ha hecho que las mismas pasaran por momentos complicados, obligando a las mismas a ajustarse el cinturón o a reinventar nuevas fórmulas de desarrollo.

Siempre es buen momento o así lo esperamos e impulsamos, para fomentar el emprendimiento. Si bien es cierto que el emprender en este país no es nada fácil debido a todos los requisitos económicos establecidos, pero para ello continuamente se marcan líneas de trabajo y ayudas.

¿Crees que ha mejorado la economía en Benicarló? ¿Y en España?

Todos los indicadores, así como la prensa a nivel nacional nos informan en esta dirección; así que en ello trabajamos. A nivel local existe un área de promoción económica que trabaja en esta dirección no solo desde la perspectiva de analizar cuál es la situación real del municipio sino también buscando en que mejorar y en esa línea se invierte en formación y en generación de empleos.

¿Qué conflictos comerciales se suelen presentar?

Los conflictos a los que nos enfrentamos a nivel local, desde los comercios, y tras conversaciones con los propios comerciantes, y partiendo de la situación de crisis (por la falta de ventas y de afluencia en sus negocios) y de desánimo, suelen ser: por problemáticas o desavenencias en el pago de las tasas e impuestos; por la situación de limpieza y estado de las calles y fachadas (lo cual consideran que no favorece a la imagen comercial del municipio); por la falta de negocios (lo cual no favorece a la imagen comercial); por el incremento de negocios de baja calidad en el municipio (lo cual no favorece a una imagen comercial de prestigio).

¿Qué beneficios puede aportar la política a las empresas?

Para mí, la política es todo, es la que decide qué línea a trabajar y se ha de seguir, en que se debe invertir, que mejorar y que penalizar (por ejemplo si se favorece a las empresas renovables o no y en esa línea a nivel nacional se subvenciona más o menos....), de ahí la importancia de la política. En estos momentos existen muchas a nivel provincial, autonómico, nacional e incluso europeo que fomentan la formación y la creación de empleo, las tecnologías, la investigación en I+D.

Conversación con María Cinta Pellicer Vallés, Técnica del Área de Mercado de Benicarló. (29/05/2017)

No hay ayudas directas a autónomos ni empresas, pero actualmente se está llevando a cabo el proyecto ACTIBEN. Este se puede ver en la página: <http://atractividadbenicarlo.portaldelcomerciante.com> en la sección de “razones para invertir en Benicarló”

Sobre tendencias económicas y comerciales, existe un diverso tejido empresarial con grandes pilares asentados sobre las empresas primarias (agricultura y pesca) que mantienen los niveles de ocupación. Además, también hay un gran sector en la empresa química IFF y Ashland. Las empresas de muebles, han tenido una evolución muy negativa por culpa del largo episodio de crisis. El sector comercial mantiene el número de establecimientos pero hay una gran oscilación con muchas tiendas que abren y cierran frecuentemente. La zona central de Benicarló, tiene una especial incidencia, donde el equipo de Gobierno actual tiene previstas actuaciones que tienden a su recuperación en temas de vivienda, de urbanismo comercial, entre otros. Todas ellas contempladas dentro de la estratégica EDUSI.

Otro hecho destacado de nuestro comercio es el gran número de comercios que son abiertos por personas inmigrantes residentes en nuestra comunidad. En cuanto a la recuperación laboral, experimenta un ligero descenso en las listas de paro, este descenso continua desde hace más de un año, pero esta recuperación de sitios de trabajo no tiene un reflejo directo con el incremento del consumo, que es aún más moderado.

Conversación con Jaume Vilanova Batalla, técnico del Área del Medio Ambiente y participación ciudadana de Benicarló. (26/05/2017)

¿Hay algún requisito que se les pida a las empresas de Benicarló tanto a las existentes como las nuevas en cuanto a la preservación del entorno y del medio ambiente?

Tanto las empresas existentes como las de nueva implantación están sujetas al marco normativo sectorial. Tenemos como instrumentos de intervención ambiental los previstos en la Ley 6/2014, de 25 de julio, de prevención, calidad y control ambiental de actividades en la Comunidad Valenciana, además del resto de normativa ambiental y urbanística en las que normalmente se incluye una disposición transitoria por la que progresivamente deben adaptarse.

¿Cómo afectan a la localidad los factores del cambio climático?

De momento no disponemos de estudios ni datos al respecto, a la espera del desarrollo de las estrategias en esta línea por parte de las administraciones supramunicipales

La probabilidad de sufrir desastres naturales, incendios, terremotos, maremotos, entre otros.

Sobre este campo se trabaja más en el ámbito urbanístico. Los códigos de la edificación introducen factores de ponderación en los dimensionados de las estructuras de los edificios. En nuestra zona son bajos, excepto el de incendios que es de publicación diaria en la web del 012.

Legislación que regula la actividad de las empresas

La legislación que regula la actividad de las empresas en este terreno, sobre todo si el negocio mantiene un contacto directo con los recursos naturales o materias primas.

La Ley 6/2014, de 25 de julio, de prevención, calidad y control ambiental de actividades en la Comunidad Valenciana y reglamentos que la desarrollan.

Entrevista sobre la justicia en España (18/06/2017)

Preguntas

*Obligatorio

Sexo *

Hombre

Mujer

Edad *

Entre 15 - 25

Entre 26-35

Entre 36-45

Entre 46-55

56 o más

Profesión *

Estudiante

Empresario

En paro

Otro:

¿En los últimos 5 años cómo ha cambiado tu nivel de ingresos? *

Mucho

Poco

Sigue igual

¿Tu nivel de ingresos ha evolucionado para bien o para mal? *

Para bien

Para mal

Sigue igual

¿Qué opinas sobre los bufetes de abogados? *

No confía en ellos

Es un trabajo honrado como cualquier otro

Los abogados solo miran por sus intereses y no por sus clientes

¿Qué opinas sobre el sueldo de un abogado?

Está mal pagado

Ganan demasiado para lo que hacen

Está bien pagado si realizan un buen servicio

¿Qué es lo que buscas o lo que buscarías en una empresa de abogados? *

Tu respuesta

¿Crees que hay muchos asuntos que abandonamos por no meternos en manos de abogados? *

Sí

No

¿Cómo ves la justicia española en la actualidad? *

Crítica y lenta

Increíblemente bien

Sin más, como siempre

¿Eres autodidacta? Es decir, antes de recurrir a un abogado, ¿intentas investigar por tu cuenta? *

Sí

No

Tal vez

¿Crees que las consultas deberían ser gratuitas? *

Sí

No, el trabajo se paga

Depende de la consulta

¿Has acudido alguna vez a algún despacho de abogados? *

Sí

No

¿Conoces algún despacho? Si la respuesta es Si ¿Por qué lo conoces?

Por su publicidad

Conozco al abogado

Porque tiene relación con algún amigo o familiar mio

Lo he visto mientras iba por la calle y me he fijado

Si ves un billete de dinero que se le acaba de caer a un señor pero no se ha dado cuenta, ¿qué harías? *

Lo cogerías y te lo quedarías

Le avisarías y se lo devolverías

Ni te inmutarías

Si ves un accidente o pelea del tipo que sea, ¿qué haces? *

Llamas a la policía o al 112

Pasas del tema

Te metes por el medio

¿Qué tema te interesa más acerca del trabajo de un abogado? *

El precio de sus servicios

Sus casos más importantes y cómo sale de ellos

Diversos casos que nos podrían pasar en un futuro para saber cómo actuar

Todas las anteriores

¿Te consideras una persona justa? *

Sí

No

Depende de si me favorece la situación

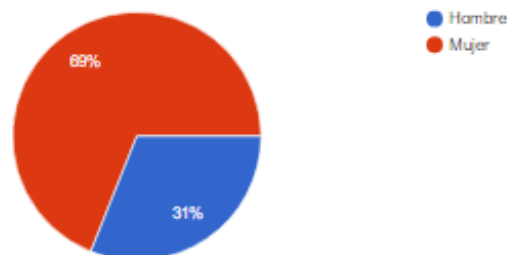
¿Qué mejorarías o cambiarías de los despachos de abogados o de los abogados?

Tu respuesta.

Respuestas

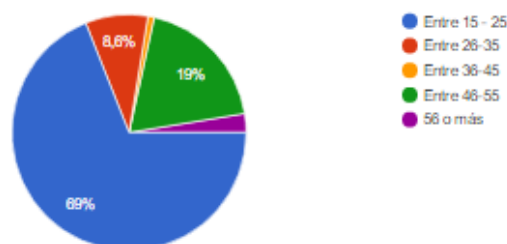
Sexo

116 respuestas



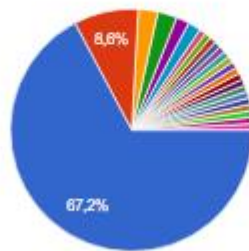
Edad

116 respuestas



Profesión

116 respuestas

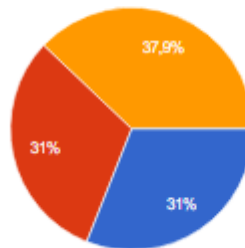


- Estudiante
- Empresario
- En paro
- Administrativo
- Empleado
- Asalariado
- Trabajador
- Maestro

▲ 1/3 ▼

¿En los últimos 5 años cómo ha cambiado tu nivel de ingresos?

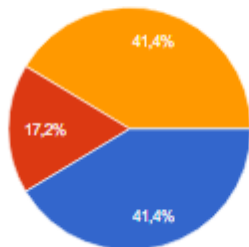
116 respuestas



- Mucho
- Poco
- Sigue igual

¿Tu nivel de ingresos ha evolucionado para bien o para mal?

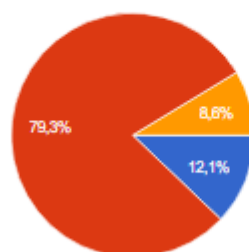
116 respuestas



- Para bien
- Para mal
- Sigue igual

¿Qué opinas sobre los bufetes de abogados?

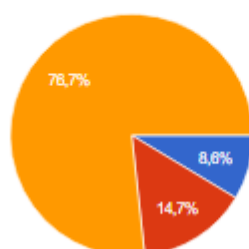
116 respuestas



- No confía en ellos
- Es un trabajo honrado como cualquier otro
- Los abogados solo miran por sus intereses y no por sus clientes

¿Qué opinas sobre el sueldo de un abogado?

116 respuestas



- Está mal pagado
- Ganan demasiado para lo que hacen
- Está bien pagado si realizan un buen servicio

¿Qué es lo que buscas o lo que buscarías en una empresa de abogados?

116 respuestas

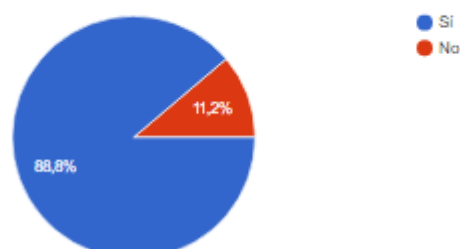
Justicia (4)
Buen servicio (4)
Confianza (3)
Soluciones (2)
Honradez (2)
Confianza (2)
Confianza y seriedad (2)
Profesionalidad (2)
Ayuda (2)
Ayuda en algo que yo no puedo resolver (2)
Honestidad (2)
Sus tretas a mi favor

Precio economico
.
Que el abogado me inspire confianza, que no muestre ganas de sacarme el dinero y que se preocupe por mi caso.
Justicia y conocimiento
Defenderme en un caso por una denuncia que he establecido
Sinceridad, profesionalidad, buena atención al cliente, orden y efectividad
Defensa justificada
Asesoramiento jurídico, buena defensa...
Que defendieran mis intereses como si fueran suyos
Una defensa aceptable
Atención adecuada y un precio razonable
A una persona que sepa y defienda mi caso y me asesore sobre las acciones judiciales

Ganar
Que me defendieran en un tribunal o me ayudaran a resolver mi problema correctamente.
Seriedad
Trabajo por pasión no por interés
Ayuda y soluciones
Resultados
Solución favorable y rápida
justicia
Fidelidad y buen trabajo
Que me solucionen los problemas
Gente cualificada
Solución a un problema, asesoramiento jurídico o consejo

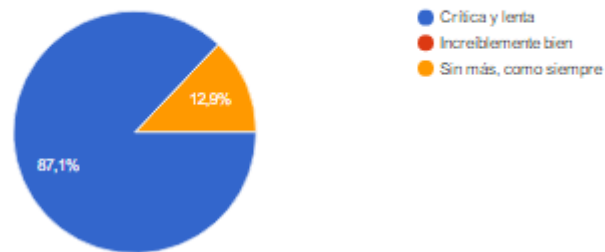
¿Crees que hay muchos asuntos que abandonamos por no meternos en manos de abogados?

116 respuestas



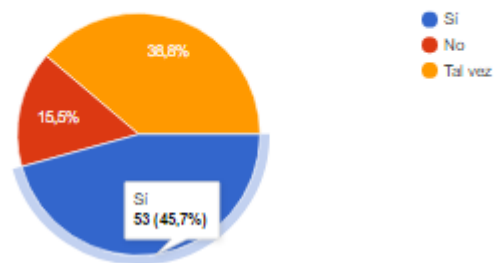
¿Cómo ves la justicia española en la actualidad?

116 respuestas



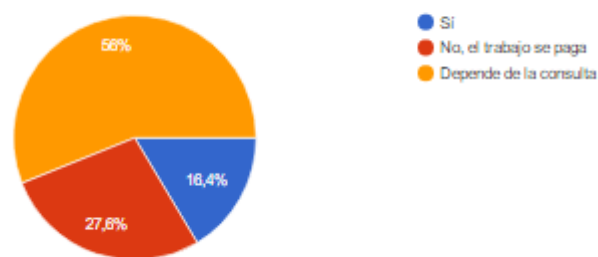
¿Eres autodidacta? Es decir, antes de recurrir a un abogado, ¿intentas investigar por tu cuenta?

116 respuestas



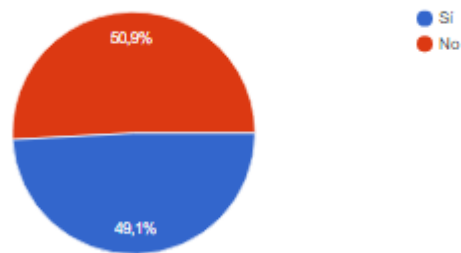
¿Crees que las consultas deberían ser gratuitas?

116 respuestas



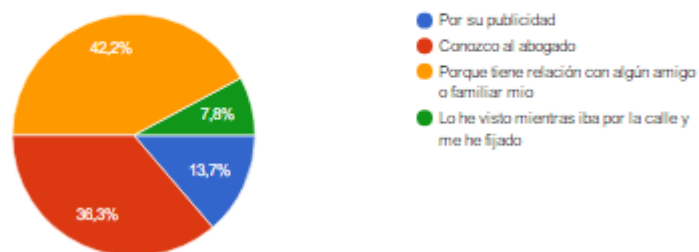
¿Has acudido alguna vez a algún despacho de abogados?

116 respuestas



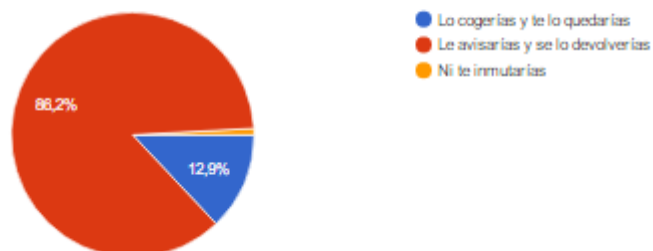
¿Conoces algún despacho? Si la respuesta es Si ¿Por qué lo conoces?

102 respuestas



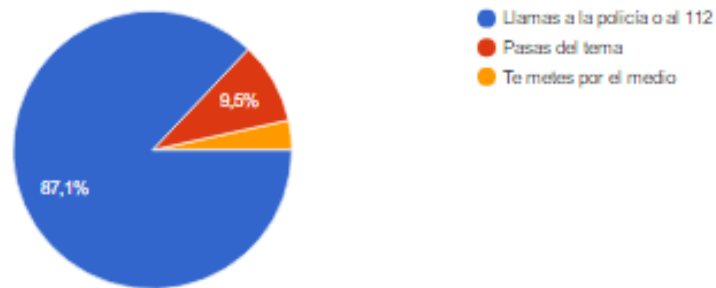
Si ves un billete de dinero que se le acaba de caer a un señor pero no se ha dado cuenta, ¿qué harías?

116 respuestas



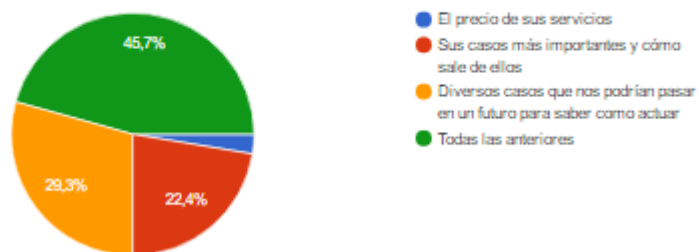
Si ves un accidente o pelea del tipo que sea, ¿qué haces?

116 respuestas



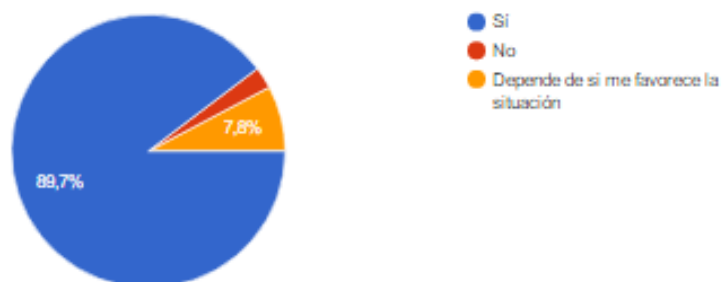
¿Qué tema te interesa más acerca del trabajo de un abogado?

116 respuestas



¿Te consideras una persona justa?

116 respuestas



¿Qué mejorarías o cambiarías de los despachos de abogados o de los abogados?

60 respuestas

Nada (3)	▲
La distancia con el cliente, un trato más personal (2)	
No lo sé (2)	
Nada	
Estaría bien que fuesen más accesibles a la ciudadanía y que tuviesen un aspecto menos formal, porque pueden cohibir a las personas que acuden buscando asesoramiento	
Que empaticen más	
Más rapidez y menos favoritismo	
Que actuaran con ganas y que todo el mundo pudiera permitírselo	
La dedicación al caso	
A nivel de todos los abogados tendrían que darse mas a conocer y una cosa que puede ser interesante sería que se pudieran realizar consultas pagadas a través de su propia página web ya que hoy en día la gente se movilizan mas por internet	
Que nos informes.sobre todas las opciones	▼

Mas cernacia y responsabilidad con el cliente	▲
No todos los despachos, o abogados son iguales, seria una respuesta indefinida.	
Es difícil contestar objetivamente	
La jerarquía	
La cercanía	
Nada, hacen una gran labor	
El precio	
La atención más personal	
Su difusión. Saber cómo funcionan de manera más clara y cercana.	
Su imagen seria	
No lo se	
Hablar claro y directo	▼

que sean mas serios	▲
No soy quien para valorar a los abogados en general....como en todas las profesiones hay buenos y no tanto . Lo ideal sería que todos lucharán por los intereses del cliente lo primero.	
La extorsión	
Servicios de asesoría jurídica	
No lo sé, no conozco mucho sobre ellos.	
Honradez	
La seriedad	
Rapidez	
Cambiaría la mentalidad de los despachos. Las estructuras organizacionales son muy rígidas y muchas veces limitan el crecimiento profesional	
No se	
Nada . Cada persona debe ser responsables	
Yo no tengo que cambiar nada	▼

ANEXO III: PRESUPUESTOS APP Y MODIFICACIÓN WEB DESGLOSADO

Proyecto: App consultas virtuales

Cliente: Ramón Soriano

Fecha: 21/06/2017

Descripción

App llamada “Soriano Abogado”, en la que se puedan realizar consultas virtuales, pedir presupuesto sobre lo que te puede costar un caso concreto, ofrecer tarifas para las empresas y aportar contenido extra para aquellos clientes fieles. Con esto queremos fidelizar a los clientes. Pues se les facilita el hecho de poder tener una consulta sin tener que moverse de casa, ya que muchos clientes que quieren contar con la seguridad y experiencia que te ofrece Soriano Abogado no son residentes en la localidad de Benicarló por lo que desplazarse para una consulta puede que les sea más dificultoso. Además, desde que se realiza la consulta dentro de un horario marcado, se delimitará un tiempo de respuesta (24 horas), el cual si no se cumple se reembolsará el dinero. Con esto también queremos transmitir la confianza y el compromiso que ofrece el abogado. La app te permitirá hacer la consulta con tu nombre de usuario o de forma anónima y crear un hilo de conversación con tu abogado. Publicación de la app en Play Store y App Store.

Tecnología

- Maquetación HTML 5, CSS3 y JS
- Bases de datos MySQL 5.5.35
- Código PHP 5.6
- Angular 4 + ionic Framework
- IOS y Android

Funcionalidades

Descripción
Proceso de diseño y programación IOS y Android
Prototipado para todas las pantallas <ul style="list-style-type: none">- Organización de la información en pantalla, principal, secundaria, etc.- Páginas de productos.
Diseño y programación <ul style="list-style-type: none">- Creación y personalización de la plantilla basada en el prototipado y la marca del cliente (logo, colores, tipografía, etc.).- Testeo del diseño en los diferentes sistemas operativos (no se comprueba en versiones antiguas y casi obsoletas).- Programación de los dos tipos de roles:<ul style="list-style-type: none">- Rol de administrador, gestionar todas las consultas de todos los usuarios de la app y responderlas individualmente. Gestión de cobros y devoluciones.- Rol de cliente, enviar y gestionar sus propias consultas, sus pagos y devoluciones.- Implementar pasarela de pago y devoluciones.- Envío de notificaciones push.

Valoración económica

Creación

Análisis del proyecto	50,00 €
Arquitectura de las apps	50,00 €
Diseño de las apps	200,00 €
Total	300,00 €

Desarrollo

Desarrollo app IOS (iPhone)	400,00 €
Adaptación iPad	50,00 €
Adaptación app Android (Smartphone)	100,00 €
Adaptación tablet	50,00 €
Total	600,00 €

Test y publicación

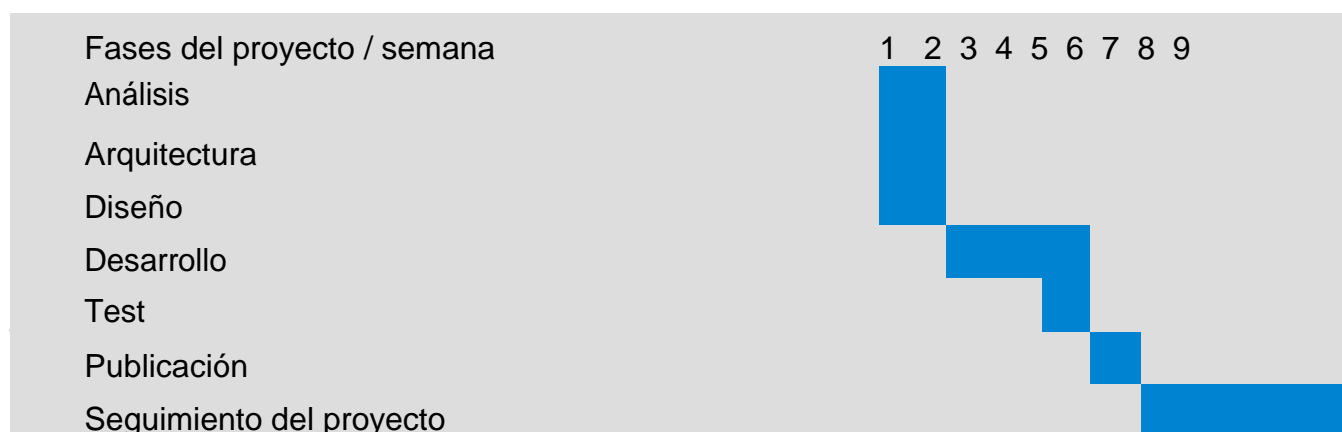
Test y posibles modificaciones	100,00 €
Publicación del gestor y las apps	50,00 €
Elaboración y entrega de la documentación	50,00 €
Total	200,00 €

Total

Total sin IVA	1.100,00 €
----------------------	-------------------

Condiciones

Planificación del proyecto



Garantía

Marfel Design será responsable de cualquier mantenimiento correctivo en el proyecto durante los 30 días siguientes a la entrega del encargo, pudiendo ser ampliados. En este caso, tendrá de solucionar estos problemas sin poder facturar ninguna cantidad a cambio. Por mantenimiento correctivo se entiende en este contrato lo definido en el estándar técnico de mantenimiento de programario IEEE 1229-1998: "Modificaciones realizadas a un producto de programario después de su entrega por corregir errores descubiertos".

Marfel Design se compromete a estar a disposición para valorar cualquier mantenimiento adaptativo o de perfeccionamiento que deberá ser remunerado. Por mantenimiento adaptativo o de perfeccionamiento, en este contrato se entiende el así definido en el mismo estándar técnico de mantenimiento de programario IEEE 1229-1998: "Modificaciones realizadas a un producto de programario después del se entrega para adaptar su funcionamiento a nuevas condiciones en el entorno de operaciones, o para ampliar o modificar el su funcionamiento".

Propiedad intelectual

En virtud de este acuerdo se cede, en exclusiva, todos los derechos de propiedad intelectual sobre el proyecto que se desarrolla, citando con carácter no restrictivo los de reproducción, distribución, transformación y comunicación pública, para su explotación en cualquier formato, sin más limitaciones que las establecidas en el presente contrato y les legalmente impuestas como necesarias.

La cesión se realiza para todos y con el límite máximo de tiempo que permite la actual Ley de Propiedad Intelectual (Real decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por cual se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual). Marfel Design está obligado a colaborar en todo aquello que sea requerido y que tenga como objetivo amparar los derechos de propiedad intelectual.

Responsabilidades del cliente

Cumplir con las condiciones de pago. (A definir por el cliente).

Cumplir con los términos de entrega de documentación que sea requerida por parte de Marfel Design y que afecte el desarrollo del producto.

Responsabilidades de Marfel Design

Entrega del proyecto en el plazo establecido siempre que el cliente cumpla con sus responsabilidades.

No se hace responsable si terceras empresas o servicios dejan de prestar servicio, se modifican o se manipula el producto. Así como las consecuencias de desarrollos realizados por antiguo o nuevo personal y / o empresas.

Proyecto: Modificación web corporativa Soriano Abogados
Cliente: Ramón Soriano
Fecha: 21/06/2017

Descripción

Rediseño de página web corporativa, para modificar el posicionamiento web con el nuevo nicho de mercado, añadir nuevo apartado en la web y crear una landing page referente al nuevo apartado “Agente con toga”.

Esta web será Responsive, pudiendo así visualizar correctamente los contenidos de la misma tanto de móvil, tableta u ordenador sin necesidad de re-dimensionar la pantalla.

- **Tecnología**
- Maquetación HTML 5 i CSS3
- Bases de datos MySQL 5.5.35
- Código PHP 5.5
- Back ofce: Wordpress + Plugins adicionales
- JavaScript i JQuery

Valoración económica

Descripción	Imp. total
Proceso de diseño y programación	
Prototipado para todo tipo de resoluciones de pantalla -Organización de la información en pantalla, principal, secundaria, etc.	--
Diseño y programación web personalizado y semántico - Creación y personalización basada en el prototipado y la marca del cliente (logo, colores, tipografía, etc.). - Diseño semántico para correcta búsqueda de la web en los buscadores y SEO inicial. - Testeo del diseño en los diferentes navegadores más actuales (no se comprueba en navegadores antiguos y casi obsoletos), móviles y tabletas.	150,00 €
Diseño web interactivo - El diseño de la web se redimensiona i reorganiza automáticamente dependiendo del tipo de resolución del dispositivo que se quiere acceder. Pudiendo realizar una correcta navegación desde cualquier dispositivo.	50,00 €
Total: 200€ *IVA no incluido	

Condiciones

- Garantía

Marfel Design será responsable de cualquier mantenimiento correctivo en el proyecto durante los 30 días siguientes a la entrega del encargo, pudiendo ser ampliados. En este caso, tendrá de solucionar estos problemas sin poder facturar ninguna cantidad a cambio. Por mantenimiento correctivo se entiende en este contrato lo definido en el estándar técnico de mantenimiento de programario IEEE 1229-1998: "Modificaciones realizadas a un producto de programario después de su entrega por corregir errores descubiertos".

Marfel Design se compromete a estar a disposición para valorar cualquier mantenimiento adaptativo o de perfeccionamiento que deberá ser remunerado. Por mantenimiento adaptativo o de perfeccionamiento, en este contrato se entiende el así definido en el mismo estándar técnico de mantenimiento de programario IEEE 1229-1998: "Modificaciones realizadas a un producto de programario después del se entrega para adaptar su funcionamiento a nuevas condiciones en el entorno de operaciones, o para ampliar o modificar el su funcionamiento".

- **Propiedad intelectual**

En virtud de este acuerdo se cede, en exclusiva, todos los derechos de propiedad intelectual sobre el proyecto que se desarrolla, citando con carácter no restrictivo los de reproducción, distribución, transformación y comunicación pública, para su explotación en cualquier formato, sin más limitaciones que las establecidas en el presente contrato y les legalmente impuestas como necesarias.

La cesión se realiza para todos y con el límite máximo de tiempo que permite la actual Ley de Propiedad Intelectual (Real decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por cual se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual). Marfel Design está obligado a colaborar en todo aquello que sea requerido y que tenga como objetivo amparar los derechos de propiedad intelectual.

Responsabilidades del cliente

Cumplir con las condiciones de pago. (A definir por el cliente).

Cumplir con los términos de entrega de documentación que sea requerida por parte de Marfel Design y que afecte el desarrollo del producto.

Responsabilidades de Marfel Design

Entrega del proyecto en el plazo establecido siempre que el cliente cumpla con sus responsabilidades.

No se hace responsable si terceras empresas o servicios dejan de prestar servicio, se modifican o se manipula el producto. Así como las consecuencias de desarrollos realizados por antiguo o nuevo personal y / o empresas.